

**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP
PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
SEBAGAI BENTUK PERTANGGUNGJAWABAN SOSIAL
PERUSAHAAN
PADA PT PERTAMINA (PERSERO) *REFINERY* UNIT IV CILACAP**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



oleh
Dendy Jaya Putra
NIM.
09412144017

PROGRAM STUDI AKUNTANSI
JURUSAN PENDIDIKAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
Maret 2013

**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP
PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
SEBAGAI BENTUK PERTANGGUNGJAWABAN SOSIAL
PERUSAHAAN
PADA PT PERTAMINA (PERSERO) *REFINERY* UNIT IV CILACAP**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



oleh
Dendy Jaya Putra
NIM.
09412144017

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
JURUSAN PENDIDIKAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
Maret 2013**

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul:



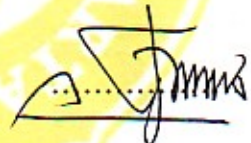
**“ PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP
PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
SEBAGAI BENTUK PERTANGGUNGJAWABAN SOSIAL
PERUSAHAAN
PADA PT PERTAMINA (PERSERO) *REFINERY* UNIT IV CILACAP ”**
yang disusun oleh :

DENDY JAYA PUTRA

NIM 09412144017

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 18 April 2013 dan
dinyatakan lulus.

DEWAN PENGUJI

Nama	Kedudukan	Tanda Tangan	Tanggal
Drs. Pardiman	Ketua Penguji		23/4 2013
Dhyah Setyorini, M.Si	Sekretaris		23/4 2013
Abdullah Taman, SE, Akt. Msi	Penguji Utama		22/4 2013

Yogyakarta, 18 April 2013

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta



Dr. Sugiharsono, M.Si

NIP 19550328 198303 1 002 *h*

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama : Dendy Jaya Putra

NIM : 09412144017

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Judul Tugas Akhir : PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP

PROGRAM *CORPORATE SOCIAL*

RESPONSIBILITY SEBAGAI BENTUK

PERTANGGUNGJAWABAN SOSIAL

PERUSAHAAN PADA PT PERTAMINA

(PERSERO) *REFINERY* UNIT IV CILACAP

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Yogyakarta, 18 April 2013

Penulis,



Dendy Jaya Putra

NIM. 09412144017

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sehingga kaum itu mengubah nasibnya sendiri” (Q.S. Ar Ra’d: 11)

“Barang siapa menginginkan kebahagiaan di dunia harus mencapainya dengan ilmu, dan barang siapa menginginkan kebahagiaan di akhirat harus mencapainya dengan ilmu, dan barang siapa menginginkan kebahagiaan keduanya maka harus mencapainya dengan ilmu”. (HR. Thabrani)

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, kupersembahkan karya kecilku ini untuk orang-orang yang kusayangi:

- *Ibu Bapak tercinta, motivator terbesar dalam hidupku yang tak pernah jemu mendo'akan dan menyayangiku, atas semua pengorbanan dan kesabaran mengantarku sampai kini. Tak pernah cukup ku membalas cinta Ibu Bapak padaku.*
- *Kedua kakak saya Dilla dan Rani sebagai inspirator dan memberikan semangat yang besar.*
- *Keluarga besarku di Cilacap.*
- *Buat para dosenku tercinta yang dengan sabar membagi ilmu, dan para pembimbing skripsiku yang begitu baik dan penuh kesabaran membimbing sampai selesainya skripsi ini.*
- *Buat seluruh teman-teman bermusikku sebagai motivator, penyemangat dan sebagai rekan seperjuangan yang tiada hentinya memberikan inspirasi.*

**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP
PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
SEBAGAI BENTUK PERTANGGUNGJAWABAN SOSIAL
PERUSAHAAN
PADA PT PERTAMINA (PERSERO) *REFINERY* UNIT IV CILACAP**

Oleh:
DENDY JAYA PUTRA
09412144017

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang dilakukan di Kantor pusat PT Pertamina *Refinery* Unit IV Cilacap untuk memperoleh gambaran perusahaan mengenai program CSR, serta terjun langsung pada masyarakat sebagai penerima manfaat program CSR Pertamina tahun 2012 di Baturaden, Purwokerto. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Persepsi masyarakat sekitar atas partisipasi/peranan terhadap perancangan dan perencanaan program *Corporate Social Responsibility* pada PT Pertamina (Persero) *Refinery* Unit IV Cilacap, (2) Tingkat kepuasan masyarakat terhadap pelaksanaan program CSR yang telah dilakukan oleh PT Pertamina (Persero) *Refinery* Unit IV Cilacap.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi, wawancara, angket dan studi pustaka . Data primer diperoleh dari hasil wawancara dan angket, sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi literatur yang berhubungan dengan penelitian. Penelitian ini menggunakan analisis *Importance Performance Analysis* dengan alat pengolah data SPSS versi 20.0 dan Microsoft Excell yang mengacu pada metode deskriptif.

Tingkat partisipasi dalam program CSR yang diselenggarakan oleh PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV* Cilacap periode tahun 2012 berada pada kategori aktif dan tingkat kepuasan masyarakat terhadap program CSR nya berada pada kategori puas. Tingkat partisipasi masyarakat pada tahap proses pengambilan keputusan tentang rencana kegiatan partisipasi, tahap pelaksanaan kegiatan partisipasi, tahap menikmati hasil berada pada kategori aktif, sedangkan pada tahap evaluasi berada pada kategori cukup aktif. Disini terdapat 7 faktor atas program CSR yang dinilai kinerjanya sudah baik, yaitu : pelaksanaan program CSR (sistematika program CSR); penggunaan metode/alat bantu pada program CSR; daya simpati dan sikap; bahasa penyampaian program CSR (Penyampaian program CSR); pencapaian tujuan dan harapan; kesempatan berpendapat; dan faktor kepuasan masyarakat. Adapun 7 faktor yang dinilai kinerjanya harus diperbaiki, yaitu penguasaan materi program CSR; ketepatan waktu penerimaan program CSR; perencanaan program CSR (Sistematika program CSR); monitoring program CSR (Sistematika program CSR); evaluasi program CSR (Sistematika program CSR); komunikasi penyampaian program CSR (Penyampaian program CSR); dan faktor pemberian motivasi pada program CSR.

Kata kunci : *Corporate Social Responsibility*, Persepsi, Masyarakat.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Allah SWT atas segala karunia dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi (TAS) berjudul “Persepsi Masyarakat terhadap Program *Corporate Social Responsibility* sebagai Bentuk Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan pada PT Pertamina (Persero) *Refinery* Unit IV Cilacap”.

Dalam proses penyelesaian TAS ini, penulis menemui banyak halangan dan kesulitan. Namun, semuanya dapat teratasi dengan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Rohmat Wahab, M.Pd, MA. Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Sugiharsono, M.Si, Dekan FE UNY yang telah memberikan ijin penelitian untuk keperluan penyusunan skripsi.
3. Dhyah setyorini, M.Si., Ak. Sebagai dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan arahan, bimbingan, saran yang sangat bermanfaat, dan dukungan serta motivasi yang kuat kepada penulis untuk menyelesaikan studi lebih cepat.
4. Bapak Suyanto, selaku staf CSR hubmas sebagai pembimbing lapangan atas bimbingan dan arahan yang diberikan, Mbak Ratih dan Mbak Rahma selaku staf CSR hubmas dan Bapak Sundoro Ribudi selaku kepala hupmas pertamina atas kemudahan dan izin penelitiannya, Bapak Mustafa atas informasi yang telah diberikan mengenai gambaran pertamina.
5. Seluruh staf pengajar dan karyawan/wati Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi. Penulis juga berterimakasih kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya TAS ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga semua amal baik mereka dicatat sebagai amalan yang terbaik oleh ALLAH SWT. AMIIN. Akhirnya harapan peneliti mudah-mudahan apa yang terkandung di dalam penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa TAS yang telah disusun masih jauh dari sempurna. Penulis memohon saran dan kritik yang membangun, demi perbaikan TAS ini dan perkembangan penulis.

Yogyakarta, 18 April 2013

Penulis,



Dendy Jaya Putra

NIM. 09412144017

DAFTAR ISI

SAMPUL.....	i
LEMBAR JUDUL.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Pembatasan Masalah.....	10
D. Rumusan Masalah.....	10
E. Tujuan Penelitian.....	11
F. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN TEORI DAN PERTANYAAN PENELITIAN.....	13
A. <i>Corporate Social Responsibility</i>	13
1. Konsep dan Definisi CSR.....	13
2. Implementasi CSR.....	14
3. CSR dan Pemberdayaan Masyarakat.....	19
B. Persepsi.....	22
1. Pengertian Persepsi.....	22
2. Proses Persepsi.....	23
C. Partisipasi.....	25
1. Definisi dan Tingkat Partisipasi.....	25
2. Faktor yang Mempengaruhi Partisipasi.....	33
3. Penghalang dan Faktor yang Kondusif bagi Partisipasi.....	35
D. Kepuasan Masyarakat.....	37
1. Definisi Kepuasan Masyarakat.....	37
2. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	39
E. <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	42
1. Konsep IPA.....	42
2. Prosedur IPA.....	46
F. Penelitian yang Relevan.....	46
G. Kerangka Berpikir.....	49
H. Paradigma Penelitian.....	51
I. Pertanyaan Penelitian.....	52

BAB III METODE PENELITIAN	53
A. Desain Penelitian	53
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	53
1. Tempat Penelitian.....	53
2. Waktu Penelitian	54
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	54
D. Teknik Pengumpulan Data	54
E. Instrumen Penelitian	56
1. Penyusunan Instrumen.....	56
2. Analisis Instrumen.....	58
F. Teknik Analisis Data.....	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....	68
A. Data Umum	68
1. Sejarah PT Pertamina	68
2. PT Pertamina (Persero) <i>Refinery</i> Unit IV Cilacap	70
B. Data Khusus.....	76
1. Implementasi Program CSR PT Pertamina (Persero) <i>Refinery</i> Unit Cilacap.....	76
2. Penerapan Program CSR.....	78
C. Hasil Penelitian	85
1. Karakteristik Penerima Program CSR PT Pertamina (Persero) <i>Refinery</i> Unit Cilacap.....	85
2. Program CSR CSR PT Pertamina (Persero) <i>Refinery</i> Unit Cilacap.....	91
3. Pengukuran Tingkat Partisipasi Masyarakat	93
4. Pengukuran Tingkat Kepuasan Masyarakat	95
D. Pembahasan Penelitian	96
1. Pengukuran Tingkat Partisipasi Masyarakat	96
2. Analisis IPA pada Tingkat Kepuasan Masyarakat	102
3. Analisis Kesenjangan pada Tingkat Kepuasan Masyarakat.....	105
4. Pengukuran Tingkat Kepuasan Masyarakat	108
E. Kelemahan Penelitian.....	110
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	112
A. Kesimpulan	112
B. Saran	113
DAFTAR PUSTAKA.....	115
LAMPIRAN.....	118

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1: Kontinum Partisipasi Masyarakat dari UK <i>Health for All Network</i>	32
2: Indikator Variabel Penelitian.	57
3: Skala Likert Penelitian.	60
4: Hasil Uji Validitas Penelitian.	60
5: Hasil Uji Reliabilitas Penelitian.	61
6: Jumlah Skor Seluruh Responden,	66
7: Produk-produk PT Pertamina (Persero) <i>Refinery Unit IV Cilacap</i>	73
8: Program CSR PT Pertamina (Persero) <i>Refinery Unit IV Cilacap Tahun 2012</i>	91
9: Skor Total Butir Tingkat Partisipasi Tahap Proses Pengambilan Keputusan tentang Rencana Kegiatan Partisipasi.	93
10: Skor Total Butir Tingkat Partisipasi Tahap Proses Pelaksanaan Kegiatan Partisipasi.	93
11: Skor Total Butir Tingkat Partisipasi Tahap Evaluasi.	94
12: Skor Total Butir Tingkat Partisipasi Tahap Menikmati Hasil.	94
13: Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja.	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1: Proses Perseptual.....	24
2: Jenjang partisipasi warga negara Arstein (1969).	28
3: Kartesius Analisis Kepentingan-Kinerja.....	44
4: Paradigma Penelitian.....	51
5: Visi dan Misi PT Pertamina (Persero) <i>Refinery Unit IV Cilacap</i> ..	71
6: Logo PT Pertamina.	72
7: Distribusi Penerima Program Berdasarkan Jenis Kelamin.	86
8: Distribusi Penerima Program Berdasarkan Tingkat Pendidikan..	87
9: Distribusi Penerima Program Berdasarkan Usia.	88
10: Distribusi Penerima Program Berdasarkan Status Perkawinan. ...	89
11: Distribusi Penerima Program Berdasarkan Pekerjaan.	90
12: Bidang Program CSR.....	92
13: Skor Indikator Tingkat Partisipasi Masyarakat terhadap Program CSR.	95
14: Skor Kategori Tingkat Partisipasi Masyarakat terhadap Program CSR.	101
15: Rata-rata Hasil Pengukuran Tingkat Kepentingan dan Kinerja..	103
16: Plot Selisih Bobot Kepuasan dengan Kepentingan.	106
17: Skor Faktor Tingkat Kinerja Masyarakat terhadap Program CSR.	109
18: Skor Indikator Kategori Tingkat Kepuasan Masyarakat terhadap Program CSR.....	110

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1: Lembar kuesioner	118
2: Pedoman wawancara.....	125
3: Hasil wawancara	126
4: Kisi-kisi kuesioner.....	130
5: Kisi-kisi wawancara.....	132
6: Sertifikat Pertamina	133

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi, politik dan budaya yang dibarengi dengan kemampuan pengelolaan yang baik membuat dunia bisnis melaju dengan cepat. Dalam ranah bisnis yang bergerak cepat, setiap perusahaan yang ingin bertahan harus menunjukkan kemajuan dan perkembangan pula.

Kemajuan perusahaan tersebut mengakibatkan semakin kompleksnya aktivitas perusahaan. Kompleksitas tersebut dapat dipermudah dengan membangun hubungan yang baik dalam lingkungan perusahaan, antara perusahaan dengan lingkungan di sekitar perusahaan, dan antara perusahaan dengan pemerintah. Apabila suatu perusahaan dianggap sebagai lembaga yang memberikan keuntungan bagi lingkungan di dalam dan di luar perusahaan, maka kelancaran aktivitas operasional perusahaan dapat terjamin. Artinya, cita-cita untuk memajukan perusahaan dapat diwujudkan apabila perusahaan menjalankan tanggung jawab sosial.

Tanggung jawab sosial oleh perusahaan dapat direalisasikan dalam berbagai bidang, meliputi: pendidikan, kesehatan, lingkungan, olahraga, agama, ekonomi, sosial kemasyarakatan, dan lain-lain. Contoh perwujudan nyata tanggung jawab tersebut adalah: membuka lapangan pekerjaan, menyediakan kebutuhan masyarakat, melakukan pembayaran pajak, serta menyelenggarakan aktivitas nonproduksi yang mewakili penghargaan dan kontribusi perusahaan terhadap masyarakat.

Kegiatan utama dalam perusahaan adalah perniagaan. Perniagaan pada hakekatnya merupakan kegiatan yang melibatkan interaksi antara perusahaan dengan masyarakat atau konsumen, serta interaksi internal perusahaan. Oleh karena itu, bisnis yang baik seharusnya tidak hanya dilakukan atas dasar keuntungan, melainkan juga harus memuat misi luhur untuk meningkatkan standar hidup masyarakat melalui pemenuhan kebutuhan masyarakat secara baik. Pelaku bisnis yang hanya mencari keuntungan memiliki kecenderungan untuk menghalalkan segala cara dalam mencapai keuntungan sebesar-besarnya tanpa mengindahkan tanggungjawabnya sebagai bagian dari masyarakat.

Sekarang ini perusahaan dihadapkan pada persaingan global dengan lingkungan yang berubah secara cepat. Perekonomian kapitalis yang pada prakteknya sering mengabaikan kepentingan sosial dan lingkungan, perlahan namun pasti sudah mulai mengadopsi nilai-nilai sosial. Perekonomian kapitalisme yang dulu hanya menekankan pada aspek pertumbuhan skala makro dan maksimalisasi laba berkelanjutan pada skala perusahaan, sekarang mulai memperhatikan kepentingan di luar laba. Hal ini menuntut manajemen perusahaan untuk tidak hanya memperhatikan kepentingan *stockholders*, tetapi lebih pada kepentingan *stakeholders*.

Kesadaran perusahaan atau pelaku bisnis atas kepentingan selain laba mendukung lahirnya akuntansi sosial. Perusahaan menyadari bahwa mereka selalu bersinggungan dengan berbagai kontroversi dan masalah sosial sehingga perusahaan mulai memperhatikan hubungannya dengan lingkungan sosial. Akuntansi untuk pertanggungjawaban sosial merupakan perluasan

pertanggungjawaban organisasi atau perusahaan di luar batas-batas akuntansi keuangan tradisional. Dalam akuntansi sosial, perusahaan tidak hanya menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal atau pemegang saham.

Perluasan tersebut didasarkan pada anggapan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab yang lebih luas dan tidak sekedar mencari uang untuk para pemegang saham tetapi juga bertanggung jawab kepada seluruh *stakeholders*. Hal ini dinyatakan dalam Standar Akuntansi Keuangan yang dikeluarkan oleh Ikatan Akuntan Indonesia, yaitu dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan no. 1 paragraph ke-9:

”Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting”

Menurut pernyataan tersebut, laporan keuangan ternyata belum mencukupi untuk disajikan sebagai laporan pertanggungjawaban perusahaan kepada pemilik dan kreditur. Entitas perusahaan dituntut untuk menghasilkan benefit yang maksimal bagi lingkungan sosialnya. Pengguna laporan pertanggungjawaban atau laporan keuangan bukan hanya pemilik, pemegang saham, calon investor, kreditur, dan pemerintah, melainkan juga para *stakeholder*.

Dalam penerapannya, akuntansi pertanggungjawaban sosial mengalami berbagai kendala, terutama dalam masalah pengukuran elemen-elemen sosial dan dalam rangka penyajiannya di laporan keuangan yang bersifat kuantitatif. Masalah pengukuran timbul terutama karena tidak semua elemen sosial dapat diukur dengan satuan uang, serta belum terdapatnya standar akuntansi yang baku

mengenai pengukuran dan pelaporan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan.

Perusahaan-perusahaan di Indonesia mulai mempedulikan lingkungan sosialnya, mengingat pentingnya aspek sosial tersebut. Wujud perhatian itu tampak pada kebijakan yang ditetapkan oleh perusahaan. Akuntansi yang merupakan bagian dari dunia usaha ikut memberikan kontribusi dalam merespon kepedulian sosial perusahaan dengan berkembangnya akuntansi sosial termasuk didalamnya pelaksanaan program tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan pertanggungjawaban atas CSR dalam laporan keuangan tahunan perusahaan.

Istilah CSR (*Corporate Social Responsibility*) mulai digunakan sejak tahun 1970-an dan di Indonesia istilah CSR baru digunakan sejak tahun 1990-an. Sebagian besar perusahaan di Indonesia menjalankan CSR melalui kerjasama dengan mitra lain, seperti lembaga swadaya masyarakat, perguruan tinggi, atau lembaga konsultan.

Pengertian CSR (*Corporate Social Responsibility*) dapat didefinisikan sebagai kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedure*) yang tepat dan profesional. CSR adalah suatu konsep bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan, dalam segala aspek operasional perusahaan.

Pelaksanaan CSR di Indonesia diatur dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 yang menyebutkan bahwa PT yang menjalankan usaha di bidang dan/atau bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Pasal 74 ayat 1). Selain itu, Undang-undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal pasal 15 (b) menyatakan bahwa setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Perincian atas tanggung jawab sosial perusahaan terdapat dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2003 tentang BUMN dan Peraturan Menteri Negara BUMN Nomor 4 Tahun 2007. Peraturan Menteri tersebut mengatur hal-hal yang terkait dengan besaran dana hingga tata cara pelaksanaan CSR.

Perusahaan yang diteliti pada penelitian ini adalah PT Pertamina (Persero) *Refinery* Unit IV Cilacap. Perusahaan ini memegang peranan penting sebagai salah satu dari tujuh jajaran unit pengolahan di Indonesia, dengan kapasitas produksi terbesar, yaitu 348.000 barel per hari, dan fasilitas terlengkap. Kilang Pertamina di Cilacap bernilai strategis karena memasok 34% kebutuhan Bahan Bakar Minyak (BBM) nasional atau 60% kebutuhan BBM di Pulau Jawa. Selain itu, kilang ini merupakan satu-satunya kilang di tanah air yang memproduksi aspal dan *base oil* untuk kebutuhan pembangunan infrastruktur Indonesia.

Program CSR yang diselenggarakan oleh PT Pertamina (Persero) *Refinery* Unit IV Cilacap telah terkenal luas, terlaksana secara stabil dan terkendali. Perusahaan ini bahkan telah banyak menerima penghargaan atas CSR yang

diselenggarakannya. Hal ini menunjukkan bahwa program CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan ini telah berjalan dengan baik.

CSR merupakan kegiatan yang ditujukan bagi masyarakat dan lingkungan di sekitar perusahaan. Dengan demikian, dalam pelaksanaannya, bukan hanya perusahaan pelaksana yang terlibat dalam CSR, melainkan juga masyarakat yang menjadi objek pelaksanaan CSR. Kegiatan CSR yang baik tidak menempatkan masyarakat sebagai objek penerima bantuan sosial karena dapat mengembangkan mental pengemis dalam diri masyarakat. Masyarakat harus terlibat secara aktif dalam pelaksanaan CSR, atau bahkan perancangan dan perencanaan CSR terkait.

Sesuai dengan sifat CSR yang berkelanjutan dan berkala, perlu diadakan evaluasi terhadap program CSR yang telah terlaksana. Hal ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan masyarakat terhadap program CSR yang telah dilaksanakan dan implikasinya terhadap peningkatan taraf hidup masyarakat, yang meliputi peningkatan pendapatan, kesehatan, tempat tinggal, kecukupan kebutuhan pangan, dan sarana komunikasi. Evaluasi tersebut dapat dilakukan melalui penelitian terhadap masyarakat yang terlibat dalam program CSR untuk mengetahui kebermanfaatan program CSR serta ketepatangunaan program yang telah dilakukan.

Berdasarkan hasil *interview* yang dilakukan peneliti pada pihak hubmas mengenai CSR pada PT Pertamina (persero) *Refinery* unit IV Cilacap pada tanggal 20 November 2012 diperoleh informasi-informasi berikut.

1. CSR Pertamina mencakup empat inisiatif pemberdayaan, yaitu peningkatan kualitas pendidikan, pemberdayaan kesehatan, peningkatan kualitas

lingkungan hidup, dan peningkatan infrastruktur dan pemberdayaan masyarakat. Selain itu diselenggarakan pula program khusus, yaitu Pertamina Peduli yang merupakan kepedulian perusahaan terhadap para korban bencana alam yang terjadi di tanah air. Sesuai visi CSR "Menuju Kehidupan yang Lebih Baik", program-program tersebut diselaraskan dengan tujuan pembangunan *Millenium Development Goals* (MDGs) dan mendukung komitmen Indonesia terhadap program *Reducing Emissions from Deforestation and Forest Degradation* (REDD+), yang merupakan suatu mekanisme global yang bertujuan untuk memperlambat perubahan iklim dengan memberikan kompensasi kepada negara berkembang untuk melindungi hutannya. Hal ini diprioritaskan sekaligus untuk membantu masyarakat dan pemerintah di sekitar unit operasi Pertamina dalam memecahkan permasalahan sosial dan lingkungan.

2. Dana pelaksanaan program CSR PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* berasal dari anggaran CSR Pusat yang dianggarkan setiap tahunnya dan diusulkan untuk mendapatkan persetujuan CEO and *President Director* PT Pertamina (Persero). Setiap tahunnya anggaran mengalami perubahan karena disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat yang diidentifikasi (termasuk seluruh unit perusahaan di seluruh Indonesia).
3. Perencanaan suatu program CSR diusulkan *bottom-up*. Perusahaan memetakan kebutuhan masyarakat melalui *social mapping* (yang dilakukan oleh institusi resmi lain atau pihak akademisi) untuk menjadi dasar pertimbangan pelaksanaan program CSR. Setelah kebutuhan-kebutuhan atau masalah sosial

yang ada di masyarakat teridentifikasi, rencana program diusulkan ke CSR Pusat untuk mendapatkan persetujuan dari CEO & *President Director* PT Pertamina (Persero). Pelaksanaan program CSR dilakukan oleh CSR Officer di bagian *Public Relations* di bawah pimpinan *Legal & General Affairs Manager*.

4. Kendala yang dihadapi perusahaan mengenai pelaksanaan program CSR umumnya terletak pada kemauan dan kemampuan masyarakat sendiri. Semangat dan antusias masyarakat biasanya muncul pada awal program, kemudian mengalami penurunan pada saat program CSR tengah berjalan. Untuk mengatasi hal tersebut, pihak perusahaan selalu memberikan dukungan kepada masyarakat agar tetap melaksanakan program CSR hingga tuntas demi kepentingan bersama. Hal positif yang ditemukan adalah banyaknya dukungan yang diberikan oleh masyarakat terhadap program CSR dari perusahaan, bahkan perusahaan tidak pernah menerima komplain atas perancangan program CSR dan pelaksanaannya.

Berdasarkan situasi yang telah disebutkan sebelumnya, untuk mengetahui bagaimanakah peranan masyarakat dalam merancang dan merencanakan program CSR dan mengetahui ketepatangunaan dan kebermanfaatan yang diterima oleh masyarakat pada pelaksanaan program CSR, peneliti merancang sebuah penelitian dengan judul “Persepsi Masyarakat terhadap Program *Corporate Social Responsibility* sebagai Bentuk Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan pada PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap*.”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut.

1. Perusahaan-perusahaan di Indonesia perlu melaksanakan program CSR sebagai bentuk tanggungjawab dan kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat di sekitar lingkungan operasional perusahaan.
2. Masyarakat sebagai penerima program CSR bukanlah sebagai objek penerima bantuan sosial secara mentah, melainkan masyarakat harus terlibat secara aktif dalam pelaksanaan, perancangan, dan perencanaan CSR.
3. Perlu dilakukan evaluasi atas program CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan untuk mengetahui tingkat kepuasan masyarakat terhadap program CSR yang telah dilaksanakan dan implikasinya terhadap peningkatan taraf hidup masyarakat.
4. PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* belum mengetahui apakah masyarakat, sebagai objek program CSR, merasa puas dengan perancangan, pelaksanaan, dan hasil dari program CSR yang telah terlaksana.
5. Program CSR yang dilakukan PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* telah terlaksana, namun belum pernah diadakan penelitian mengenai keterlibatan masyarakat sekitar terhadap program CSR.
6. PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* belum mengetahui apakah program yang dilakukannya benar-benar bermanfaat dan tepat guna bagi masyarakat sebagai objek program CSR yang telah dilaksanakan.

C. Pembatasan Masalah

Dari latar belakang masalah, teridentifikasi beberapa permasalahan yang dapat diteliti atau ditelaah. Karena keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga, serta untuk menciptakan fokus dalam penelitian, maka peneliti membatasi masalah penelitian pada variabel berikut.

1. Tingkat partisipasi masyarakat terhadap perancangan dan perencanaan program CSR yang diselenggarakan oleh PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* serta sampai sejauh manakah tingkat kepuasan masyarakat.
2. Bentuk pelaksanaan program CSR PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* yang diteliti pada satu tahun terakhir, yaitu tahun 2012. Penelitian ini akan mengetahui sampai sejauh manakah ketepatangunaan pelaksanaan program CSR, yang diukur dari tingkat partisipasi masyarakat pada tahap perencanaan dan perancangan program CSR dan mengetahui kebermanfaatan program tersebut, yang diukur dari tingkat kepuasan masyarakat.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dirumuskan beberapa permasalahan berikut.

1. Bagaimanakah persepsi masyarakat sekitar atas partisipasi/peranan masyarakat terhadap perancangan dan perencanaan program *Corporate Social Responsibility* pada PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap*?

2. Bagaimanakah persepsi masyarakat sekitar atas kepuasan masyarakat terhadap pelaksanaan program CSR yang telah dilakukan oleh PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap*?

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah.

1. Mengetahui persepsi masyarakat sekitar atas partisipasi/peranan terhadap perancangan dan perencanaan program *Corporate Social Responsibility* pada PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap*.
2. Mengetahui tingkat kepuasan masyarakat terhadap pelaksanaan program CSR yang telah dilakukan oleh PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap*.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Masyarakat
 - a. Menambah wawasan tentang penerapan program *Corporate Social Responsibility* oleh suatu perusahaan, khususnya PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap*.
 - b. Mendorong keterlibatan lebih jauh dalam program *Corporate Social Responsibility* yang diselenggarakan oleh suatu perusahaan, khususnya oleh PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap*.

2. Bagi Perusahaan

- a. Sebagai bahan evaluasi untuk melakukan perbaikan atas program *Corporate Social Responsibility* yang telah dilakukan dan mungkin akan dilakukan secara berkala.
- b. Mengetahui faktor yang mendorong tingkat partisipasi, tingkat kepuasan, dan persepsi masyarakat terhadap program CSR sebagai landasan dalam perancangan program CSR selanjutnya.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai tambahan referensi bagi pihak lain yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai topik ini.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN PERTANYAAN PENELITIAN

A. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

1. Konsep dan Definisi CSR

The World Bussiness Council for Sustainable Development dalam Wibisono (2007) mengartikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai komitmen dunia usaha untuk terus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara luas. Sedangkan menurut Ambadar (2008), CSR merupakan partisipasi dunia usaha dalam pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) dengan mengembangkan program kepedulian perusahaan kepada masyarakat sekitarnya. Definisi CSR berbeda-beda tergantung *need, desire, wants*, dan *interest* komunitas pada suatu negara atau visi dan misi dari perusahaan yang menjalankan praktik CSR.

Menurut Wibisono (2007), yang mengacu pada John Elkington, Tanggung Jawab Sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* merupakan kepedulian perusahaan yang didasari oleh tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah *triple bottom lines*, yaitu.

a. *Profit*

Profit merupakan unsur terpenting dan menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan usaha. Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang.

b. *People* (Masyarakat)

Perusahaan harus menyadari bahwa masyarakat sekitar perusahaan merupakan salah satu *stakeholder* penting bagi perusahaan, karena dukungan masyarakat sekitar sangat diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan, maka sebagai bagian yang tak terpisahkan dengan masyarakat dan lingkungan, perusahaan perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat. Selain itu juga perlu disadari bahwa kegiatan operasional perusahaan berpotensi memberikan dampak kepada masyarakat sekitar. Karenanya pula perusahaan perlu untuk melakukan berbagai kegiatan yang menyentuh kebutuhan masyarakat.

c. *Planet* (Lingkungan)

Lingkungan adalah sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang kehidupan. Hubungan antara manusia dengan lingkungan adalah hubungan sebab akibat, dimana jika manusia dapat merawat lingkungan, maka lingkungan pun akan memberikan manfaat kepada manusia itu sendiri, dan sebaliknya. Pada umumnya pada kegiatan bisnis, mendongkrak laba dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi memang penting, namun tak kalah pentingnya juga memperhatikan kelestarian lingkungan.

2. Implementasi CSR

Rahman (2009) menyatakan ada dua alasan yang mendasari perusahaan melakukan kegiatan CSR, yaitu alasan moral dan alasan ekonomi. Alasan moral lebih didasarkan bahwa CSR memang bermula dari inisiatif perusahaan untuk

dapat menjalin relasi yang saling menguntungkan dengan *stakeholders*. Sementara alasan ekonomi lebih pada bagaimana perusahaan mampu memperkuat citra dan kredibilitas *brand* atau produknya melalui CSR. Nuansa promosi sangat dirasa jika perusahaan melaksanakan kegiatan CSR dengan alasan ekonomi, perusahaan cenderung mengkomersialkan berbagai kegiatan yang dilakukan dan mengekspos kegiatan tersebut secara besar-besaran.

Adapula alasan perusahaan dalam melaksanakan praktik CSR dapat diklasifikasikan dalam tiga kategori. Pertama, perusahaan tersebut sekedar basa-basi atau karena suatu keterpaksaan. Kedua sebagai upaya memenuhi kewajiban (*compliance*) bagi perusahaan. Ketiga CSR diimplementasikan karena adanya dorongan yang tulus dari dalam (*internal driven*).

Pertama, perusahaan yang menjalankan CSR karena basa basi dan keterpaksaan mempraktikkan CSR karena *external driven* (faktor eksternal), *environmental driven* (karena terjadi masalah lingkungan), dan *reputation driven* (karena ingin mendongkrak citra perusahaan). Kegiatan CSR yang dilakukan hanya sekedar kosmetik yang dilakukan hanya untuk memenuhi tuntutan dan memberi citra sebagai perusahaan yang tanggap terhadap kepentingan sosial.

Kedua, sebagai upaya untuk memenuhi kewajiban (*compliance*). CSR diimplementasikan karena memang ada regulasi, hukum, dan aturan yang memaksanya. Perusahaan melakukan CSR karena didorong oleh tren global (*market driven*) dan pemberian penghargaan (*reward*) yang diberikan oleh segenap institusi atau lembaga.

Ketiga, bukan lagi sekedar *compliance* tapi *beyond compliance* atau *compliance plus*. CSR diimplementasikan karena memang ada dorongan yang tulus dari dalam (*internal driven*). Perusahaan telah menyadari bahwa tanggung jawabnya bukan lagi sekedar kegiatan ekonomi untuk menciptakan profit demi kelangsungan bisnisnya, melainkan juga tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Aktivitas CSR berada dalam koridor strategi perusahaan yang diarahkan untuk mencapai *bottom line business goal* yaitu mendatangkan keuntungan (Wibisono, 2007).

Mulyadi (2007) menjelaskan bahwa terdapat empat model strategi pelaksanaan kedermwanaan sebagai upaya tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan, yaitu:

- a. perusahaan terlibat langsung dan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosialnya tanpa perantara atau bantuan pihak lain, misalnya melalui *corporate secretary*, *public affair*, hubungan masyarakat, atau *manager community development*;
- b. perusahaan menyelenggarakan bantuan melalui yayasan atau organisasi sosial yang umumnya sering diterapkan di negara maju;
- c. perusahaan bermitra dengan pihak lain yang dinilai kompeten untuk menyelenggarakan program kedermwanaan misalnya dengan LSM, universitas, dan media massa; dan
- d. perusahaan membentuk atau bergabung dalam satu konsorium dimana perusahaan tersebut ikut serta dalam mendirikan, menjadi anggota, atau mendukung suatu lembaga sosial yang dilakukan untuk tujuan sosial tertentu.

Menurut Wibisono (2007) ada empat tahapan yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam melaksanakan program CSR, yaitu:

a. Tahap Perencanaan

Perencanaan terdiri atas tiga langkah utama yaitu *awareness building*, *CSR assesment*, dan *CSR manual building*. *Awareness building* merupakan langkah awal untuk membangun kesadaran mengenai arti penting *Corporate Social Responsibility* dan komitmen manajemen. Upaya ini dapat dilakukan antara lain melalui seminar, lokakarya, diskusi kelompok dan lain-lain. *CSR Assesment* merupakan upaya untuk memetakan kondisi perusahaan dan mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu mendapatkan prioritas perhatian dan langkah-langkah yang tepat untuk membangun struktur perusahaan yang kondusif bagi penerapan CSR secara efektif. Langkah selanjutnya adalah membangun *CSR Manual*. Hasil *assessment* merupakan langkah untuk penyusunan manual atau pedoman implementasi CSR. Upaya yang harus dilakukan antara lain, melalui *Benchmarking*, menggali dari referensi atau bagi perusahaan yang menginginkan langkah instan, penyusunan manual ini merupakan inti dari perencanaan, yang memberikan petunjuk pelaksanaan CSR bagi komponen perusahaan.

b. Tahap Implementasi

Tahap implementasi ini terdiri atas tiga langkah utama yakni sosialisasi, pelaksanaan, dan internalisasi. Sosialisasi diperlukan untuk memperkenalkan kepada komponen perusahaan mengenai berbagai aspek yang terkait dengan implementasi CSR khususnya mengenai pedoman penerapan CSR. Tujuan sosialisasi ini adalah agar program CSR akan diimplementasikan mendapat

dukungan penuh dari seluruh komponen perusahaan, sehingga dalam perjalanannya tidak ada kendala serius yang dapat dialami oleh unit penyelenggara. Pelaksanaan kegiatan yang dilakukan pada dasarnya harus sejalan dengan pedoman CSR yang ada, berdasarkan *roadmap* yang telah disusun. Sedang internalisasi mencakup upaya-upaya untuk memperkenalkan CSR dalam seluruh proses bisnis perusahaan misalnya melalui sistem manajemen kerja, prosedur pengadaan, proses produksi, pemasaran dan proses bisnis lainnya, dengan demikian CSR telah menjadi strategi perusahaan.

c. Tahap Evaluasi

Setelah program CSR diimplementasikan, langkah berikutnya adalah evaluasi program. Tahap evaluasi adalah tahap yang perlu dilakukan secara konsisten dari waktu ke waktu untuk mengukur sejauh mana efektivitas penerapan CSR. Evaluasi dilakukan untuk pengambilan keputusan, misalnya keputusan untuk menghentikan, memperbaiki atau melanjutkan dan mengembangkan aspek-aspek tertentu dari program CSR yang sudah diimplementasikan. Evaluasi juga bisa dilakukan dengan meminta pihak independen untuk melakukan audit implementasi atas praktik CSR yang telah ditentukan. Evaluasi dalam bentuk *assessment audit* atau *scoring* juga dapat dilakukan secara mandatori misalnya seperti yang diterapkan di lingkungan BUMN, untuk beberapa aspek penerapan CSR. Evaluasi tersebut dapat membantu perusahaan untuk memetakan kembali kondisi dan situasi serta capaian perusahaan dalam implementasi CSR sehingga dapat mengupayakan perbaikan-perbaikan yang perlu berdasarkan rekomendasi yang diberikan.

d. Pelaporan

Pelaporan diperlukan dalam rangka membangun sistem informasi baik untuk proses pengambilan keputusan maupun keterbukaan informasi material dan relevan mengenai perusahaan. Jadi, selain berfungsi untuk keperluan *shareholder* juga untuk *stakeholder* lainnya yang memerlukan.

3. CSR dan Pemberdayaan Masyarakat

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang dengan masyarakat yang masih hidup dalam kemiskinan, sehingga diperlukan pemberdayaan masyarakat dalam kegiatan pembangunannya. Alyson Warhurst dalam Sukada (2007) berpendapat, hubungan CSR dan masyarakat terwujud dalam empat hal utama: pemberdayaan masyarakat, pengikutsertaan (pemrioritasan) kesempatan kerja dan usaha, pembiayaan sesuai kerangka legal, dan tanggapan atas harapan kelompok kepentingan. Pengkategorian Warhurst memperjelas bahwa pemberdayaan masyarakat merupakan salah satu komponen sangat penting dalam CSR.

Menurut Shardlow *dalam* Ambadar (2008) pemberdayaan masyarakat intinya adalah bagaimana individu, kelompok, atau komunitas berusaha mengontrol kehidupan mereka sendiri dan mengusahakan untuk membentuk masa depan sesuai dengan keinginan mereka. Dengan pemberdayaan, masyarakat lemah akan memperoleh kekuatan dan akses terhadap sumberdaya (Friedmann *dalam* Ambadar, 2008). Sedangkan menurut Suharto (2005), pengembangan masyarakat adalah satu model pekerjaan sosial yang tujuan utamanya untuk memperbaiki

kualitas hidup masyarakat melalui pendayagunaan sumber-sumber yang ada pada mereka serta menekankan pada prinsip partisipasi sosial, maka penekanan dalam aspek pemberdayaan masyarakat juga menjadi penting dilakukan, begitu pula dalam praktik CSR yang dilakukan di Indonesia.

Menurut Budimanta (2004) pengembangan masyarakat yang dilaksanakan oleh perusahaan, yang dikemas dalam program CSR bertujuan untuk:

- a. mendukung upaya-upaya yang dilakukan pemerintah terutama pada tingkat desa dan masyarakat untuk meningkatkan kondisi sosial-ekonomi-budaya yang lebih baik di sekitar wilayah perusahaan;
- b. memberikan kesempatan bekerja dan berusaha bagi masyarakat; dan
- c. membantu pemerintah dalam rangka pengentasan kemiskinan dan pengembangan ekonomi wilayah.

Secara konseptual, pemberdayaan atau pemberkuasaan (*empowerment*) berasal dari kata “*power*” yang berarti kekuasaan atau keberdayaan. Karenanya, ide utama pemberdayaan bersentuhan dengan konsep kekuasaan. Pemberdayaan menunjuk pada kemampuan orang, khususnya kelompok rentan dan lemah sehingga mereka memiliki kekuatan atau kemampuan dalam: (1) memenuhi kebutuhan dasarnya sehingga mereka memiliki kebebasan, dalam arti bukan saja bebas mengemukakan pendapat melainkan juga bebas dari kelaparan, bebas dari kebodohan, bebas dari kesakitan; (2) menjangkau sumber-sumber produktif yang memungkinkan mereka dapat meningkatkan pendapatannya dan memperoleh barang-barang dan jasa-jasa yang mereka perlukan; (3) berpartisipasi dalam proses pembangunan dan keputusan-keputusan yang mempengaruhi mereka.

(Suharto, 2005).

Dalam pelaksanaan program CSR yang berbasis pemberdayaan masyarakat, prinsip-prinsip yang harus dipegang adalah.

- a. Kerjasama, bertanggung jawab, mengetengahkan aktivitas komunitas yang tidak membedakan laki-laki dan perempuan, dan memobilisasi individu untuk tujuan saling tolong-menolong, memecahkan masalah, integrasi sosial, dan atau tindakan sosial.
- b. Peningkatan partisipasi pada tingkat masyarakat yang paling bawah.
- c. Sebanyak mungkin ada keinginan dan kesesuaian, pemberdayaan masyarakat harus mempercayakan dan bersandar pada kapasitas dan inisiatif dari kelompok yang relevan dan komunitas lokal untuk mengidentifikasi kebutuhan, masalah, dan merencanakan serta melaksanakan pelatihan tentang tindakan.
- d. Sumber daya komunitas (manusia, teknik, dan finansial) dan sumber daya dari luar komunitas (dalam bentuk kerjasama dengan pemerintah, lembaga-lembaga, dan kelompok profesional) harus dimobilisasi dan diseimbangkan secara berkesinambungan dalam pembangunan.
- e. Kebersamaan komunitas harus dipromosikan dalam dua tipe hubungan yaitu hubungan sosial yang dipisahkan kelas sosial dan hubungan struktural.
- f. Aktivitas-aktivitas yang meningkatkan solidaritas di antara kelompok-kelompok marginal dikaitkan dengan kekuatan perkembangan dalam sektor-sektor sosial dan kelas untuk mencari kesempatan ekonomi, sosial, dan alternatif politik.

- g. Memberikan kemampuan bagi kelompok-kelompok marginal untuk melakukan perubahan dari dalam kelompok tersebut.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat diketahui bahwa CSR merupakan suatu kewajiban bagi perusahaan untuk menjalankannya. Semakin majunya perusahaan yang didukung oleh kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi dan budaya akan menimbulkan dampak positif jika dibarengi suatu adanya pertanggungjawaban sosial perusahaan. Dari penjelasan mengenai pelaksanaan CSR, maka dapat ditelusuri pada *scoop* yang lebih sempit mengenai biaya-biaya yang dikeluarkan pada program CSR. Biaya-biaya tersebut akan dicatat oleh perusahaan sebagai laporan keuangan dan arsip perusahaan. Pencatatan yang dilakukan mengenai biaya-biaya CSR masuk pada akuntansi pertanggungjawaban sosial perusahaan.

B. Persepsi

1. Pengertian Persepsi

Kehidupan individu tidak dapat lepas dari lingkungannya, baik lingkungan fisik maupun lingkungan sosialnya. Sejak individu dilahirkan, sejak itu pula individu secara langsung berhubungan dengan dunia sekitarnya. Mulai saat itu pula individu secara langsung menerima stimulus dari luar dirinya, dan ini berkaitan dengan persepsi. Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh proses penginderaan, yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera (Walgito, 1981: 69), namun proses itu tidak berhenti begitu saja, melainkan stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya merupakan

proses persepsi. Oleh karena itu, proses penginderaan tidak dapat lepas dari proses persepsi, dan proses penginderaan merupakan proses pendahulu dari proses persepsi. Alat indera tersebut merupakan alat penghubung antara individu dengan dunia luarnya. Stimulus yang diindera itu kemudian oleh individu diorganisasikan dan diinterpretasi, sehingga individu menyadari, mengerti tentang apa yang diindera itu, dan proses inilah yang disebut persepsi.

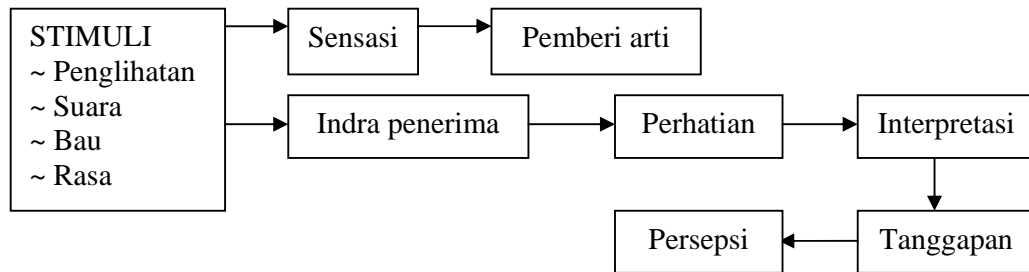
Stimulus persepsi berasal dari luar individu dan dari dalam individu sendiri. Namun demikian, sebagian besar stimulus tersebut datang dari luar individu. Persepsi diterima melalui berbagai macam alat indera yang ada pada diri individu, dimana sebagian besar persepsi diterima melalui alat indera penglihatan. Karena itulah banyak penelitian mengenai persepsi membahas tentang persepsi yang berkaitan dengan alat penglihatan (Walgito, 1981: 70).

Persepsi merupakan aktivitas yang *integrated* dalam diri individu, maka apa yang ada dalam diri individu akan ikut aktif dalam persepsi. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa karena perasaan, kemampuan berpikir, dan pengalaman-pengalaman individu tidak sama, maka dalam mempersepsi suatu stimulus, hasil persepsi mungkin akan berbeda antara individu satu dengan individu lain. Persepsi itu bersifat individual (Walgito, 1981: 70).

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah suatu proses pengorganisasian dan interpretasi stimulus yang diperoleh dari interaksi manusia dengan lingkungannya.

2. Proses Persepsi

Bagan urutan terjadinya proses perseptual ditunjukkan oleh Gambar 1.



Gambar 1. Proses Perseptual

Sumber: Diadaptasi dari Michael R. Solomon (1996), *Consumer Behavior*, Prentice-Hall Internasional

Uraian lebih jelas tentang bagan di atas adalah:

a. Indera penerima

Telah dipaparkan bahwa untuk mempersepsi sesuatu, individu harus mempunyai perhatian kepada objek yang bersangkutan. Apabila individu telah memperhatikan, selanjutnya individu menyadari sesuatu yang diperhatikan itu, atau dengan kata lain individu mempersepsi apa yang diterima dengan alat inderanya.

Proses persepsi didahului oleh proses penginderaan, yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera, individu dapat menyadari apa yang dilihatnya, didengar, diraba, dan sebagainya, alat indera merupakan alat utama dalam individu mengadakan persepsi. Proses penginderaan akan berlangsung setiap saat. Pada waktu individu menerima stimulus dari luar individu, pada saat itulah individu terhubung dengan dunia luar (Walgito, 1981: 94).

b. Perhatian

Untuk menyadari atau untuk mengadakan persepsi diperlukan adanya

perhatian, yaitu merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan dalam rangka mengadakan persepsi. Perhatian merupakan pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang ditujukan kepada sesuatu atau sekumpulan objek (Walgito, 1981: 71).

c. Interpretasi/pemahaman

Pemahaman adalah usaha individu untuk mengartikan atau menginterpretasikan stimulus. Individu melakukan *perceptual organization*. Stimulus yang diterima individu berjumlah puluhan bahkan ratusan, stimulus tersebut tidak diperlakukan sebagai hal yang terpisah satu sama lainnya. Individu cenderung untuk melakukan pengelompokkan stimulus sehingga memandangnya sebagai suatu kesatuan.

Setelah individu melihat, memperhatikan, dan memahami stimulus, maka sampailah pada suatu kesimpulan mengenai stimulus atau objek tersebut. Persepsi individu tersebut merupakan output dari penerimaan individu terhadap stimulus (Sumarwan, 2002: 90).

C. Partisipasi

1. Definisi dan Tingkat Partisipasi

Arstein menggambarkan partisipasi masyarakat sebagai suatu pola bertingkat (*ladder patern*). Partisipasi masyarakat bertingkat sesuai dengan gradasi kekuasaan yang dapat dilihat dalam proses pengambilan keputusan. Partisipasi, menurut Cohen dan Uphoff dalam Manoppo (2009), adalah keterlibatan aktif masyarakat dalam proses pengambilan keputusan tentang apa

yang akan dilakukan dan bagaimana cara kerjanya, keterlibatan masyarakat dalam pelaksanaan program dan pengambilan keputusan yang telah ditetapkan melalui sumbangan sumber daya atau bekerja sama dalam suatu organisasi, keterlibatan masyarakat menikmati hasil dari pembangunan serta dalam evaluasi pelaksanaan program.

Pearse dan Stifel, disitir oleh Kannan, dalam Ife dan Tesoriero (2006) mendeskripsikan partisipasi sebagai kondisi dimana rakyat yang biasanya tidak dilibatkan memiliki kendali terhadap sumberdaya dan institusi. Paul, disitir Kannan, dalam Ife dan Tesoriero (2006) berpendapat bahwa partisipasi harus mencakup kemampuan rakyat untuk mempengaruhi kegiatan-kegiatan sedemikian rupa sehingga dapat meningkatkan kesejahterannya.

Cohen dan Uphoff dalam Manoppo (2009) membagi partisipasi ke dalam empat tahap kegiatan, yaitu.

- a. Tahap proses pengambilan keputusan; yang dibedakan atas tiga kegiatan, yaitu:
 - 1) ikut serta saat penentuan keputusan awal mengenai kegiatan dengan memperhatikan keperluan dan prioritas kegiatan yang akan dikerjakan;
 - 2) ikut serta secara terus menerus dalam setiap proses pengambilan keputusan; dan
 - 3) ikut serta dalam merumuskan keputusan mengenai rencana kerja.
- b. Tahap pelaksanaan kegiatan partisipasi; yang meliputi:
 - 1) sumbangan sumberdaya, baik berupa sumbangan tenaga dengan ikut bekerja dalam program, sumbangan materi, dan/atau informasi;

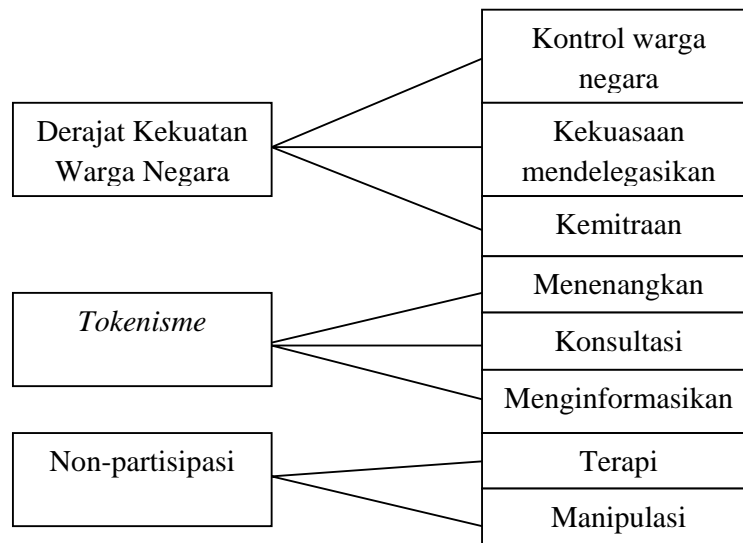
- 2) terlibat dalam kegiatan administrasi dan koordinasi; dan
- 3) ikut serta sebagai peserta dari program yang dilaksanakan.
- c. Tahap evaluasi; sebagai tahap dimana bagi para pengambil keputusan untuk memperoleh masukan mengenai pelaksanaan program.
- d. Tahap menikmati hasil; dengan hasil berupa:
 - 1) keuntungan materiil, misalnya peningkatan pendapatan dan konsumsi, baik dalam bentuk jumlah maupun pemerataan distribusi;
 - 2) keuntungan sosial, antara lain peningkatan pendidikan dan pemberantasan buta huruf; dan
 - 3) Keuntungan perorangan, antara lain berupa peningkatan status sosial seseorang dan peningkatan kekuasaan politik.

Cohen dan Uphoff dalam Ramadyanti (2009) membagi tipe partisipasi berdasarkan berbagai dimensi partisipasi, yaitu.

- a. Jenis partisipasi yang diharapkan, meliputi:
 - 1) partisipasi dalam mengambil keputusan (perencanaan);
 - 2) partisipasi dalam pelaksanaan;
 - 3) partisipasi dalam menerima manfaat; dan
 - 4) partisipasi dalam evaluasi.
- b. Siapa yang berpartisipasi, terdiri dari:
 - 1) penduduk setempat;
 - 2) pemimpin setempat, meliputi: pemimpin informal, pemimpin organisasi formal, dan pemerintah setempat;
 - 3) aparatur pemerintah; dan

- 4) orang luar desa.
- c. Bagaimana proses partisipasi itu berlangsung, meliputi beberapa hal:
- 1) apakah inisiatif partisipasi itu timbul dari atas atau dari bawah;
 - 2) apakah dorongan untuk berpartisipasi itu bersifat bebas atau paksaan;
 - 3) bagaimana struktur partisipasi;
 - 4) bagaimana saluran partisipasi, secara individu atau kolektif, melalui organisasi formal atau informal, partisipasi itu langsung atau tidak langsung;
 - 5) jangka waktu partisipasi;
 - 6) lingkup partisipasi; dan
 - 7) kemampuan masyarakat untuk memperoleh manfaat sesuai yang diharapkan sebagai hasil partisipasinya.

Menurut Arstein dalam Ife dan Tesoriero (2006) terdapat delapan tingkatan partisipasi yang digambarkan dalam bentuk tangga partisipasi sebagai berikut.



Gambar 2. Jenjang partisipasi warga negara Arstein (1969)
(Sumber: Dicitak ulang dengan izin dari the *Journal of the American Planning*)

Association. Hak cipta *American Planning Association*, Juli 1969 dalam Ife dan Tesoriero (2006: 299)

Tingkatan tangga partisipasi identik dengan kekuasaan masyarakat, seperti penjelasan berikut.

a. Non-partisipasi

- 1) Pasif/manipulatif adalah partisipasi yang tidak perlu menuntut respon partisipan untuk terlibat banyak. Misalnya, perusahaan sebagai pengelola program akan meminta anggota komunitas (ketua RT atau orang yang berpengaruh) untuk mengumpulkan tanda tangan warga sebagai wujud kesediaan dan dukungan warga terhadap perusahaan atau instansi yang dimaksud. Orang suruhan tersebut biasanya diberi biaya cukup berikut warga yang menandatangani kertas persetujuan yang bersangkutan. Pada tangga partisipasi ini bisa diartikan relatif tidak ada komunikasi apalagi dialog.
- 2) Terapi adalah partisipasi yang melibatkan anggota komunitas lokal dan anggota komunitas lokal memberikan jawaban atas pertanyaan yang diberikan tetapi jawaban anggota komunitas tidak memberikan pengaruh terhadap kebijakan dan tidak ada pengaruh dalam mempengaruhi keadaan. Merupakan kegiatan dengar pendapat dengan mengumpulkan beberapa penduduk lokal untuk saling tanya jawab dengan perusahaan atau penyelenggara program sedangkan pendapat dari penduduk lokal sama sekali tidak dapat mempengaruhi program yang sedang berjalan. Pada level ini telah ada komunikasi namun bersifat terbatas. Inisiatif datang dari penyelenggara program dan hanya satu arah.

b. *Tokenisme*

Pada tingkat ini, rakyat diminta konsultasinya atau diberi informasi mengenai suatu keputusan, tetapi sebenarnya mereka hanya memiliki sedikit atau sama sekali tidak memiliki kekuasaan untuk mempengaruhi keputusan tersebut, Arstein dalam Ife dan Tesoriero (2006). Peran serta pada jenjang ini memiliki kemungkinan yang sangat kecil untuk menghasilkan perubahan dalam masyarakat.

- 1) Jenjang menginformasikan/pemberitahuan adalah kegiatan yang dilakukan oleh instansi penyelenggara program sekedar melakukan pemberitahuan searah atau sosialisasi ke komunitas sasaran program. Pada jenjang ini komunikasi sudah mulai banyak terjadi tapi masih bersifat satu arah dan tidak ada sarana timbal balik. Informasi telah diberikan kepada masyarakat tetapi masyarakat tidak diberikan kesempatan melakukan tanggapan balik (*feedback*).
- 2) Konsultasi, dimana dalam tingkatan ini anggota komunitas diberikan pendampingan dan konsultasi dari semua pihak (pemerintah, perusahaan, dan instansi lain terkait) sehingga pandangan-pandangan diberitahukan dan tetap dilibatkan dalam penentuan keputusan. Model ini memberikan kesempatan dan hak kepada wakil dari penduduk lokal (misalnya pemuka adat, agama, aparat desa) untuk menyampaikan pandangannya terhadap wilayahnya (sistem perwakilan). Komunikasi telah bersifat dua arah, tapi masih bersifat partisipasi yang ritual. Sudah ada penjangkauan aspirasi, telah ada aturan pengajuan usulan, telah ada harapan bahwa aspirasi masyarakat akan didengarkan, tapi belum ada jaminan apakah aspirasi tersebut akan dilaksanakan ataupun perubahan

akan terjadi.

- 3) Penenangan, dalam tingkatan ini komunikasi telah berjalan baik dan sudah ada negosiasi antara masyarakat dan pemerintah. Masyarakat dipersilahkan untuk memberikan saran atau merencanakan susulan kegiatan. Namun pemerintah atau instansi penyelenggara program tetap menahan kewenangan untuk menilai kelayakan dan keberadaan usulan tersebut. Pada tahap ini pula diperkenalkan adanya suatu bentuk partisipasi dengan materi, artinya anggota komunitas diberikan insentif tertentu untuk kepentingan perusahaan atau pemerintah, ataupun instansi terkait. Atau hanya beberapa tokoh di komunitas yang mendapat insentif, sehingga tidak mewakili komunitas secara keseluruhan. Hal ini dilakukan agar warga yang telah mendapat insentif segan untuk menentang program.
- c. Derajat kekuatan warga negara, yang meliputi tiga tangga teratas, dikategorikan sebagai bentuk yang sesungguhnya dari partisipasi dimana masyarakat memiliki pengaruh dalam proses pengambilan keputusan.
 - 1) Kerjasama atau partisipasi fungsional dimana semua pihak mewujudkan keputusan bersama (pemerintah/instansi, dan komunitas). Suatu bentuk partisipasi yang melibatkan tokoh komunitas dan atau ditambah lagi oleh warga komunitas "duduk berdampingan" dengan aparat pemerintahan serta perusahaan/instansi terkait secara bersama-sama merancang sebuah program yang akan diterapkan pada komunitas.
 - 2) Pendelegasian wewenang adalah suatu bentuk partisipasi aktif dimana anggota komunitas melakukan perencanaan, implementasi, dan monitoring. Anggota

komunitas diberikan kekuasaan untuk melaksanakan sebuah program dengan cara ikut memberikan proposal bagi pelaksanaan program bahkan pengutamaan pembuatan proposal oleh komunitas yang bersangkutan dengan program itu sendiri.

- 3) Pengawasan oleh komunitas, dalam tahap ini sudah terbentuk independensi dari monitoring oleh komunitas lokal terhadap pemerintah dan perusahaan/instansi penyelenggara program. Dalam tangga partisipasi ini, masyarakat sepenuhnya mengelola berbagai kegiatan untuk kepentingannya sendiri, yang disepakati bersama, dan tanpa campur tangan pemerintah/pihak penyelenggara program.

Tipologi partisipasi menggambarkan derajat keterlibatan masyarakat dalam proses partisipasi yang didasarkan pada seberapa besar kekuasaan (*power*) yang dimiliki masyarakat dalam proses pengambilan keputusan. Kegunaan dari adanya tipologi ini adalah: (a) untuk membantu memahami praktek dari proses pelibatan masyarakat; (b) untuk mengetahui sampai sejauh mana upaya peningkatan partisipasi masyarakat; dan (c) untuk menilai dan mengevaluasi keberhasilan kinerja dari pihak-pihak yang akan melakukan pelibatan masyarakat. Penjelasannya dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Kontinum Partisipasi Masyarakat dari UK *Health for All Network*

Kategori	Bentuk Partisipasi	Keterangan
Tinggi	Memiliki kontrol	Organisasi meminta masyarakat mengidentifikasi masalah dan membuat seluruh keputusan kunci tentang tujuan dan cara-cara. Bersedia membantu masyarakat pada setiap langkah untuk menyelesaikan tujuan-tujuan.

Kategori	Bentuk Partisipasi	Keterangan
	Mendelegasikan	Organisasi mengidentifikasi dan mempresentasikan sebuah masalah kepada masyarakat, menetapkan batas-batas dan meminta masyarakat membuat serangkaian keputusan yang dapat dimasukkan ke dalam sebuah rencana yang akan diterimanya.
	Merencanakan bersama	Organisasi mempresentasikan sebuah rencana sementara yang dapat berubah dan terbuka untuk menerima masukan dari mereka yang terkena pengaruh. Kemudian mengharapkan dapat mengubah rencana sedikit atau banyak.
	Menasehati	Organisasi mempresentasikan sebuah rencana dan mengundang pertanyaan-pertanyaan. Bersiap mengubah rencana hanya jika sangat diperlukan.
	Dikonsultasikan	Organisasi mencoba mempromosikan sebuah rencana. Berupaya mengembangkan dukungan untuk mempermudah penerimaan atau memberikan sanksi secukupnya kepada rencana sehingga persetujuan administratif diharapkan.
	Menerima Informasi	Organisasi membuat sebuah rencana dan mengumumkannya. Masyarakat dipanggil rapat untuk maksud pemberian informasi. Persetujuan diharapkan
Rendah	Nihil	Masyarakat tidak diberitahu apa-apa.

Sumber: Ife dan Tesoriero, "Community Development, Alternatif Pengembangan Masyarakat di Era Globalisasi" (2008: 301).

2. Faktor yang Mempengaruhi Partisipasi

Timbulnya partisipasi merupakan ekspresi perilaku manusia untuk melakukan suatu tindakan, dimana perwujudan dari perilaku tersebut didorong oleh adanya tiga faktor utama yang mendukung, yaitu (1) kemauan; (2) kemampuan; dan (3) kesempatan bagi masyarakat untuk berpartisipasi (Dorodjatin dalam Manoppo, 2009). Slamet (2003) menyebutkan bahwa ada beberapa syarat yang dibutuhkan agar masyarakat dapat berpartisipasi dalam

pembangunan, yaitu adanya kesempatan untuk terlibat dalam pembangunan, adanya kemampuan untuk memanfaatkan kesempatan itu, dan adanya kemauan untuk berpartisipasi. Kesempatan untuk dapat berpartisipasi dalam pembangunan yang menuju peningkatan kualitas hidup itu dapat bermacam-macam bentuknya, salah satunya berupa pembukaan akses kepada masyarakat oleh pengelola pembangunan agar masyarakat dapat secara mudah memanfaatkannya.

Kesempatan yang ada tidak akan banyak berarti jika masyarakat yang bersangkutan tidak memiliki cukup kemampuan untuk memanfaatkan kesempatan itu bagi keuntungan dirinya sehingga mereka dapat memperbaiki hidupnya. Kemampuan sangat dipengaruhi oleh pengetahuan, keterampilan, dan sikap mental. Ife dan Tesoriero (2006) mengemukakan bahwa terdapat beberapa kondisi yang mendorong partisipasi. Kondisi tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Orang akan berpartisipasi apabila mereka merasa isu atau aktivitas tersebut penting. Masyarakat akan menganggap suatu isu menjadi penting apabila isu tersebut merupakan kebutuhan dan menjadi prioritas mereka.
- b. Orang harus merasa bahwa aksi mereka akan membuat perubahan. Masyarakat mungkin telah menentukan pekerjaan sebagai prioritas utama, tetapi jika orang tidak percaya bahwa aksi masyarakat akan membuat perubahan terhadap prospek peluang kerja lokal, akan kecil insentif untuk berpartisipasi.
- c. Berbagai bentuk partisipasi harus diakui dan dihargai. Seseorang mungkin percaya suatu isu penting, dan bahwa aksi masyarakat dapat menghasilkan sesuatu, tetapi mungkin ia percaya bahwa anggota masyarakat yang lain akan

mampu mengerjakannya, dan ia tidak mempunyai sesuatu untuk dikontribusikan. Partisipasi masyarakat haruslah menjadi hal yang penting buat semua orang, dan variasi keterampilan, bakat dan minat orang harus diperhitungkan dan dihargai.

- d. Orang harus bisa berpartisipasi, dan didukung dalam partisipasinya. Isu- isu yang dianggap penting dan kondisi yang mendukung sangat penting untuk diperhitungkan. Kegagalan melakukan hal tersebut berakibat beberapa bagian dari masyarakat tidak berpartisipasi, meskipun mereka sangat ingin.
- e. Struktur dan proses tidak boleh mengucilkan. Prosedur pertemuan dan teknik pembuatan keputusan sering bersifat mengucilkan banyak orang, khususnya bagi mereka yang tidak bisa berpikir cepat, tidak ingin menginterupsi, kurang percaya diri atau tidak memiliki kemahiran berbicara. Alternatif cara yang dapat dilakukan adalah bahwa masyarakat itu sendiri yang harus mengontrol struktur dan proses.

3. Penghalang dan Faktor yang Kondusif bagi Partisipasi

Bekerja dengan masyarakat lokal merupakan hal penting untuk mendorong dan mendukung partisipasi dari sebanyak mungkin orang, ada faktor-faktor yang lebih luas dalam konteks-konteks pekerja masyarakat beroperasi yang mungkin menjadi penghalang terhadap partisipasi atau sebaliknya, membantu partisipasi. Ada beberapa permasalahan partisipasi, yaitu bagaimana partisipasi menjadi antitesis dari nilai-nilai individualistis yang dominan, *tokenisme*, penunjukan (kooptasi), siapa yang berpartisipasi, dan pandangan tidak seimbang dari hak dan

tanggung jawab.

Bolman dalam Ife dan Tesoriero (2006) mengkategorikan hambatan atau permasalahan partisipasi menjadi dua, yaitu hambatan intrinsik dan ekstrinsik. Hambatan ekstrinsik adalah faktor-faktor yang terdapat di luar batas-batas organisasi. Organisasi dapat mempengaruhi hambatan ekstrinsik, tetapi tidak bias mengontrolnya. Hambatan ekstrinsik terhadap partisipasi adalah konteks-konteks sosial, ekonomi, politik, dan kebudayaan daerah dimana organisasi beroperasi.

Posisi struktural orang-orang dalam masyarakat dapat mempengaruhi siapa yang berpartisipasi dan siapa yang tidak. Kweit dalam Ife dan Tesoriero (2006) mencatat bahwa pada umumnya orang-orang dengan status sosial ekonomi yang lebih tinggi cenderung lebih berpartisipasi, orang muda kurang berpartisipasi dibandingkan orang tua. Kekuatan masyarakat dan modal sosial yang ada dalam masyarakat juga sangat mempengaruhi tingkat dan efektivitas partisipasi.

Hambatan intrinsik secara umum berkaitan dengan ciri-ciri birokrasi dan profesionalisme. Organisasi mungkin tidak dapat diakses optimal oleh rakyat. Bahasa yang digunakan oleh staf mungkin bersifat intimidasi dan mengasingkan rakyat setempat. Rakyat setempat mungkin sangat ragu-ragu untuk terlibat dalam suatu organisasi. Mereka mungkin melihat suatu perbedaan kekuatan besar antara mereka sendiri dengan anggota suatu organisasi. Partisipasi kadang dapat mengancam perasaan profesionalisme dari para anggota suatu organisasi, yang mungkin mempercayai bahwa secara teknis mereka terlatih dan memiliki kepakaran untuk menyelesaikan isu-isu kemasyarakatan dan jauh lebih memilih pengetahuan, terampil serta lebih berkualitas daripada orang lokal yang tidak

terlatih.

Satu kunci dari hambatan intrinsik adalah asumsi bahwa pengetahuan profesional pakar lebih hebat dibandingkan dengan yang diketahui masyarakat lokal. Menghargai pengetahuan lokal merupakan hal yang imperatif dan merupakan bagian dari ide perubahan dari bawah, yang pada akhirnya adalah jantung dari pengembangan masyarakat. Hal itu memerlukan perubahan-perubahan signifikan di antara para profesional dan seakan-akan pelepasan dari kontrol dan kekuasaan yang diberikan oleh masyarakat kepada mereka sebagai profesional.

Terdapat prinsip yang mendasari yang seharusnya memandu pekerja masyarakat untuk membangun proses-proses partisipasi yang kuat dan efektif, yang mempertimbangkan faktor-faktor penghambat dan kondusif. Prinsip tersebut adalah membangun hubungan yang memberdayakan dengan rakyat lokal, yaitu rakyat memiliki kapasitas untuk mempengaruhi struktur dan keputusan-keputusan yang berdampak pada kehidupan mereka dan membentuk kondisi-kondisi dimana mereka hidup.

D. Kepuasan Masyarakat

1. Definisi Kepuasan Masyarakat

Kepuasan masyarakat dalam konteks penelitian ini diasumsikan dengan kepuasan pelanggan dalam bidang konsumen dan pelayanan. Masyarakat dianggap sebagai konsumen atau penerima manfaat dari pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan. Pelanggan adalah organisasi atau seseorang yang

menerima sebuah produk (ISO 9000, 2005).

Oliver dalam Supranto (2006) mengartikan kepuasan pelanggan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya. Berkaitan dengan definisi tanggung jawab sosial perusahaan dan masyarakat, kepuasan masyarakat dapat diartikan sebagai tingkat perasaan masyarakat dari hasil penilaian kinerja perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan dengan harapan masyarakat sekitarnya yang menjadi sasaran program.

Kepuasan tidak akan pernah berhenti pada satu titik, bergerak dinamis mengikuti tingkat kualitas produk dan layanannya dengan harapan-harapan yang berkembang di benak konsumen. Harapan pembeli dipengaruhi oleh pengalaman pembelian mereka sebelumnya, nasehat teman dan kolega, serta janji dan informasi pemasar dan pesaingnya.

Kotler (2000) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah ia membandingkan antara kinerja yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Penelitian Parasuraman, et.al. (1993) mengemukakan ada dua level harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan: level layanan yang diinginkan (*desired service*) dan level layanan memadai (*adequate service*). *Desired service* merupakan level harapan yang diharapkan konsumen untuk diterima. Harapan yang dimaksud adalah gabungan dari apa yang diyakini konsumen dapat (*can be*) dan harus (*should be*) disampaikan, sedangkan *adequate service* adalah level layanan yang akan diterima oleh konsumen. Level layanan ini merupakan layanan minimum yang dapat diberikan suatu perusahaan

dan masih diharapkan memenuhi kebutuhan dasar konsumen. Kedua level tersebut akan menjadi batas yang disebut zona toleransi (*zone of tolerance*).

Zona toleransi ini dapat mengembang dan mengecil tergantung pada tinggi rendahnya level layanan yang diinginkan (*desired service*). Perubahan pada zona toleransi konsumen individual lebih banyak dipengaruhi oleh perusahaan pada *adequate service* dibandingkan dengan *desired service* yang bergerak lebih bertahap. Hal ini disebabkan akumulasi dari pengalaman. Dengan adanya dua level harapan terhadap layanan kemungkinan akan menyebabkan terjadinya *behavioral intentions* yang berbeda jika kualitas layanan berada di atas, di bawah atau dalam zona toleransi.

Dengan demikian, kualitas layanan secara positif berhubungan dengan *behavioral intentions* yang *favorable* (menyenangkan) dan negatif terhadap kualitas yang *unfavorable* (tidak menyenangkan). Hal ini tergantung dari persepsi konsumen tentang kualitas layanan yang berbeda pada level *adequate service* dan *desired service*. Di samping itu pengalaman memperoleh masalah dalam hal layanan akan mempengaruhi persepsi keseluruhan konsumen terhadap kualitas layanan, yang selanjutnya akan berpengaruh terhadap kualitas layanan, yang selanjutnya akan berpengaruh terhadap *behavioral intentions* yang ditunjukkan oleh konsumen. Berdasarkan teori kepuasan konsumen sebagai pelanggan (sasaran produk), kita akan berbicara pada *point of view* sebagai produsen terhadap cakupan analisis pelanggan.

2. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Pengukuran kepuasan pelanggan bertujuan untuk memantau persepsi pelanggan apakah organisasi telah memenuhi persyaratan pelanggan (ISO 9001, 2008). Dalam buku *Services Marketing in Asia*, Lovelock dkk. (2002) mengungkapkan bahwa pengukuran kepuasan pelanggan melibatkan identifikasi atribut kepuasan, pemilihan indikator dan penetapan ukuran.

Pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan berbagai teknik dan metode. ISO 9001 (2008) menyebutkan beberapa metode, diantaranya survai kepuasan pelanggan, survai opini pelanggan, *lost business analysis*, laporan keluhan pelanggan, dan laporan distributor.

Metode survai merupakan metode yang paling banyak digunakan dalam pengukuran kepuasan pelanggan (Trisno Musanto, 2004). Hurley dan Estamy (1998) mengungkapkan bahwa pengukuran kepuasan pelanggan melalui survai telah digunakan secara luas sebagai pengukur kinerja bisnis sedari dulu. Model survai kepuasan pelanggan yang banyak digunakan sendiri antara lain Servqual, Servperf, dan IPA (*Important Performance Analysis*).

Servqual adalah metode pengukuran kepuasan pelanggan yang diciptakan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry. Metode tersebut mengukur kepuasan pelanggan berdasarkan penilaian pelanggan terhadap kualitas jasa. Dalam hal ini, Servqual menilai kepuasan pelanggan berdasarkan lima dimensi kualitas jasa yang biasa disebut sebagai RATER (*Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, dan Responsiveness*).

Meskipun Servqual merupakan instrumen terpopuler (Nejati dkk., 2007), metode tersebut mendapatkan beberapa kritik mendasar, seperti yang dipaparkan oleh Tan dan Pawitra (2001). Beberapa kritik tersebut diantaranya.

- a. Lima dimensi Servqual tidak dapat berlaku secara universal. Dimensi-dimensi tersebut tidak dapat menjelaskan pengukuran kepuasan pelanggan pada bidang tertentu, seperti pada bidang pendidikan.
- b. Servqual hanya memberikan kesenjangan informasi antara persepsi dan ekspektasi, tetapi tidak dapat memberikan prioritas penanganan yang harus dilakukan. Hal ini disebabkan Servqual tidak memperhatikan aspek “kepentingan”.
- c. Skala pengukuran yang digunakan oleh Servqual masih dipertanyakan reliabilitas dan validitasnya.

Servperf merupakan metode yang diciptakan oleh Cronin dan Taylor. Model ini menilai kualitas pelayanan dengan hanya mengacu pada penilaian pelanggan terhadap kinerja. Dimensi penilaian Servperf serupa dengan Servqual yaitu RATER. Model Servperf dapat membantu menutupi kelemahan Servqual dalam konteks keakuratan skala pengukuran yang digunakan (R.K. Teas dalam Diah Dharmayanti, 2006). Meskipun demikian, Servperf tetap tidak dapat menutupi kelemahan Servqual dari sisi dimensionalitas dan ketidakmampuan dalam memberikan prioritas penanganan. Selain itu, model Servperf hanya mengidentifikasi tingkat kinerja suatu atribut layanan jasa, tanpa memperhatikan seberapa penting atribut tersebut akan membuat peneliti/institusi terjebak pada

perspektifnya sendiri dibanding perspektif aktual para responden/pelanggannya (Nejati dkk., 2007).

Penelitian ini menggunakan model *Importance Performance Analysis* (IPA). IPA mengkaji kepuasan pelanggan berdasarkan dua perspektif yaitu penilaian kinerja dan tingkat kepentingan suatu atribut. Beberapa kelebihan IPA dapat diketengahkan sebagai berikut.

- a. IPA mengadopsi *disconfirmation paradigm* dalam melihat kepuasan pelanggan. Hal ini akan membuat hasil pengukuran kepuasan pelanggan menjadi obyektif karena terlihat perbedaan antara kepentingan dan penilaian kinerja.
- b. IPA tidak membatasi dimensi pengukuran kepuasan pelanggan sehingga lebih bersifat fleksibel. Hal ini akan membuat pengukuran kepuasan pelanggan sesuai dengan *nature* dari institusi.
- c. IPA dapat menunjukkan faktor-faktor apa saja yang institusi cenderung berlebihan, dapat diabaikan, serta yang mutlak harus diperbaiki.
- d. Pengolahan data IPA sederhana dan mudah dipahami. Hal ini menawarkan kemudahan dalam penggunaan dan penjelasan data serta dapat menyediakan usulan praktis bagi manajemen institusi.

E. *Importance Performance Analysis* (IPA)

1. Konsep IPA

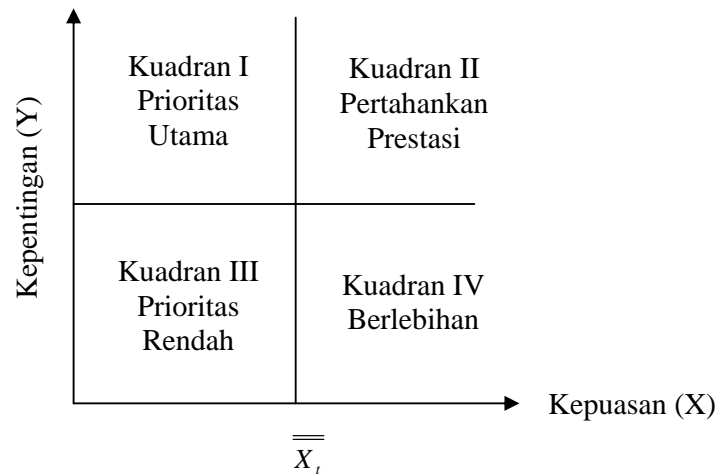
Importance Performance Analysis (IPA) adalah metode yang diperkenalkan oleh Martilla dan James sebagai sebuah metode pengukuran

kepuasan pelanggan (Havitz dkk, 1991). Metode tersebut diciptakan dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal pula sebagai *quadrant analysis* (Brandt dan Latu & Everett dalam Rudi Setiawan, 2005).

Analisis Kepentingan-Kinerja (IPA) terdiri dari dua bagian yaitu analisis kuadran dan analisis kesenjangan. Analisis kuadran meletakkan atribut ke dalam 4 kuadran berbeda yaitu Kuadran I (Prioritas Utama), Kuadran II (Pertahankan Prestasi), kuadran III (Prioritas Rendah) dan kuadran IV (Berlebihan).

Bagian kedua dari Analisis Kepentingan-Kinerja adalah analisis kesenjangan. Analisis kesenjangan mengukur selisih antara rata-rata penilaian kinerja dengan penilaian tingkat kepentingan. Atribut yang berada di atas rata-rata total keseluruhan atribut dinyatakan sebagai atribut yang memiliki kinerja baik, sedangkan atribut yang berada di bawah garis rata-rata total keseluruhan atribut memiliki kinerja rendah sehingga memerlukan perbaikan.

Metode pengukuran kepuasan masyarakat menggunakan metode IPA (*Importance-Performance Analysis*) atau Analisis Kepentingan-Kinerja. IPA digunakan untuk memetakan hubungan antara tingkat kepentingan dengan kepuasan masyarakat terhadap pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan. (Sumaedi dan Napitupulu, 2010).



Gambar 3. Kartesius Analisis Kepentingan-Kinerja
(Sumber: Octaviani dan Suryana, 2006)

IPA menggabungkan pengukuran faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi seperti yang ditunjukkan oleh Gambar 3. Penjelasan untuk masing-masing kuadran sebagai berikut (Brandt dalam Rudi Setiawan, 2005):

a. Kuadran 1: “Pertahankan Kinerja” (*high importance and high performance*)

Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai seperti yang ia harapkan (kenyataan yang diperoleh masih sangat rendah). Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan dengan cara perusahaan tetap berkonsentrasi pada kuadran ini.

b. Kuadran 2: “Tingkatkan Kinerja” (*high importance and low performance*)

Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan faktor-faktor yang dianggap oleh pelanggan sudah sesuai dengan yang diharapkannya. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini harus

dipertahankan, karena variabel ini yang menjadikan produk tersebut memiliki keunggulan di mata pelanggan.

c. Kuadran 3: “Prioritas Rendah” (*low importance and low performance*)

Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya biasa saja atau tidak terlalu istimewa. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan untuk dihilangkan karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan amat kecil.

d. Kuadran 4: “Cenderung Berlebihan” (*low importance and high performance*)

Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan, tetapi pada kenyataannya diterima atau dirasakan terlalu berlebihan. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan untuk dikurangi, sehingga perusahaan dapat menghemat biaya.

Secara umum, ada dua macam metode untuk menampilkan data *Importance Performance Analysis* (Rudi Setiawan, 2005) yaitu: (1) menempatkan garis perpotongan kuadran pada nilai rata-rata pada sumbu tingkat kepentingan dan sumbu tingkat kinerja organisasi dengan tujuan untuk mengetahui secara umum penyebaran data terletak pada kuadran berapa; (2) menempatkan garis perpotongan kuadran pada nilai rata-rata hasil pengamatan pada sumbu tingkat kepentingan dan sumbu tingkat kinerja organisasi dengan tujuan untuk mengetahui secara spesifik masing-masing faktor terletak pada kuadran berapa.

2. Prosedur IPA

Penerapan IPA sebagai metode pengukuran kepuasan pelanggan mengikuti langkah-langkah sebagai berikut (Rudi Setiawan, 2005).

- a. Menentukan faktor-faktor yang akan dianalisis.
- b. Melakukan survai melalui penyebaran kuesioner.
- c. Menghitung nilai rata-rata tingkat kepuasan dan prioritas penanganan.
- d. Membuat grafik IPA.
- e. Melakukan evaluasi terhadap faktor, sesuai dengan kuadran masing-masing.

F. Penelitian yang Relevan

Penelitian yang relevan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh M. Reza Maulana (2005) dengan judul “Peranan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Rekayasa Industri dalam Rangka Pengembangan Masyarakat.” Hasil yang penulis sampaikan dari penelitian ini adalah bahwa PT (Persero) Rekayasa Industri merupakan perusahaan yang mendapat tanggapan/partisipasi masyarakat cukup baik dan tergolong pada kategori “tinggi” melalui program CSR-nya. Dampak bagi perusahaan masuk pada kategori “cukup”. Pada penelitian ini, terdapat manfaat pengetahuan bagi masyarakat terhadap belut dan Rosella.

Topik permasalahan dalam penelitian ini adalah pengembangan masyarakatnya. Pendekatan penelitian yang dilakukan terhadap internal perusahaan menggunakan pendekatan kualitatif, sedangkan pada pengembangan masyarakatnya ditinjau dari tingkat partisipasi dan taraf hidup masyarakat

terhadap adanya program CSR. Pendekatan ini dilakukan dengan pendekatan survai kuantitatif dengan menggunakan interval.

Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah topik permasalahan yang difokuskan pada pengembangan masyarakat. Dimana pada penelitian ini program CSR yang dilakukan PT Pertamina (Persero) *Refinery* Unit IV Cilacap dikaitkan dengan persepsi masyarakat mulai dari perancangan dan perencanaan program CSR (tingkat partisipasi) serta tingkat kepuasan program CSR tersebut pada masyarakat. Adapun persamaan pada penelitian ini adalah terdapatnya keterlibatan masyarakat yang dijadikan sebagai subjek penelitian.

Penelitian lain yang relevan adalah penelitian yang dilakukan oleh Teguh (2000) dengan judul “Analisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Kasus PT. Misaja Mitra).” Hasil yang penulis sampaikan pada penelitian ini merupakan analisis kepuasan masyarakat pada pelaksanaan program CSR. Metode penelitian dilakukan dengan 2 tahap analisis kuantitatif, yakni dengan menggunakan metode IPA (*Importance-Performance Analysis*) atau Analisis Kepentingan-Kinerja dan *Customer Satisfaction Index* atau Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP).

Pada penelitian ini ditemukan beberapa penggolongan prioritas program CSR yang dirasakan masyarakat yang dibagi pada 4 kuadran. Pada kepuasan masyarakatnya diperoleh angka indeks kepuasan sebesar 0,6551, artinya pelaksanaan tanggung jawab sosial oleh perusahaan tersebut memuaskan 65,51% responden. Secara umum, indeks kepuasan di atas 50% menunjukkan responden

sudah merasa puas. Dalam penelitian ini, nilai indeks kepuasan dibagi dalam lima kategori dari tidak puas hingga sangat puas.

Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah pada penelitian ini terdapat tambahan variabel pada tingkat partisipasi masyarakat. Oleh karena itu, kita akan mengetahui sampai sejauh manakah peran dan partisipasi masyarakat dilibatkan pada suatu perancangan dan pelaksanaan program CSR serta *feedback* dari masyarakat. Adapun persamaan pada penelitian ini adalah menggunakan metode analisis *Importance Performance Analysis (IPA)* dalam mengukur tingkat kepuasan program CSR.

Penelitian Elisa Monika Bangun (2006) yang berjudul “Pengaruh Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* Beasiswa pada Citra Perusahaan” merupakan penelitian yang relevan dengan penelitian ini. Penelitian ini merupakan studi kasus pada program CSR yang dilakukan oleh PT. Djarum berupa beasiswa terhadap pengaruh citra perusahaan pada mahasiswa USU (Universitas Sumatra Utara). Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif, dimana mahasiswa USU yang dijadikan sebagai responden untuk menilai citra perusahaan pada PT Djarum terhadap program CSR berupa beasiswa. Hasil penilaian ini didapati suatu peningkatan citra positif pada PT. Djarum terhadap adanya program beasiswa tersebut.

Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah pada penelitian ini yang dijadikan indikator adalah citra perusahaan pada program CSR. Lingkup penelitian hanya dilakukan pada kalangan mahasiswa dan tidak melibatkan masyarakat, meskipun hal ini berkaitan dengan pendidikan (beasiswa).

Adapun persamaan penelitian pada penelitian ini yaitu adanya pengaruh program CSR yang berhubungan dengan pihak eksternal.

G. Kerangka Berpikir

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat yang berada di sekitar wilayah perusahaan yang sekaligus membantu pemerintah dalam melaksanakan program pembangunan. Tanggung jawab sosial dan program pembangunan yang diimplementasikan kepada masyarakat harus bersifat pemberdayaan agar masyarakat mampu memperbaiki kualitas hidupnya melalui pendayagunaan sumber-sumber yang ada pada diri mereka serta menekankan pada prinsip partisipasi sosial serta sampai sejauh manakah realita yang diharapkan masyarakat (kepentingan) terhadap adanya pelaksanaan program CSR.

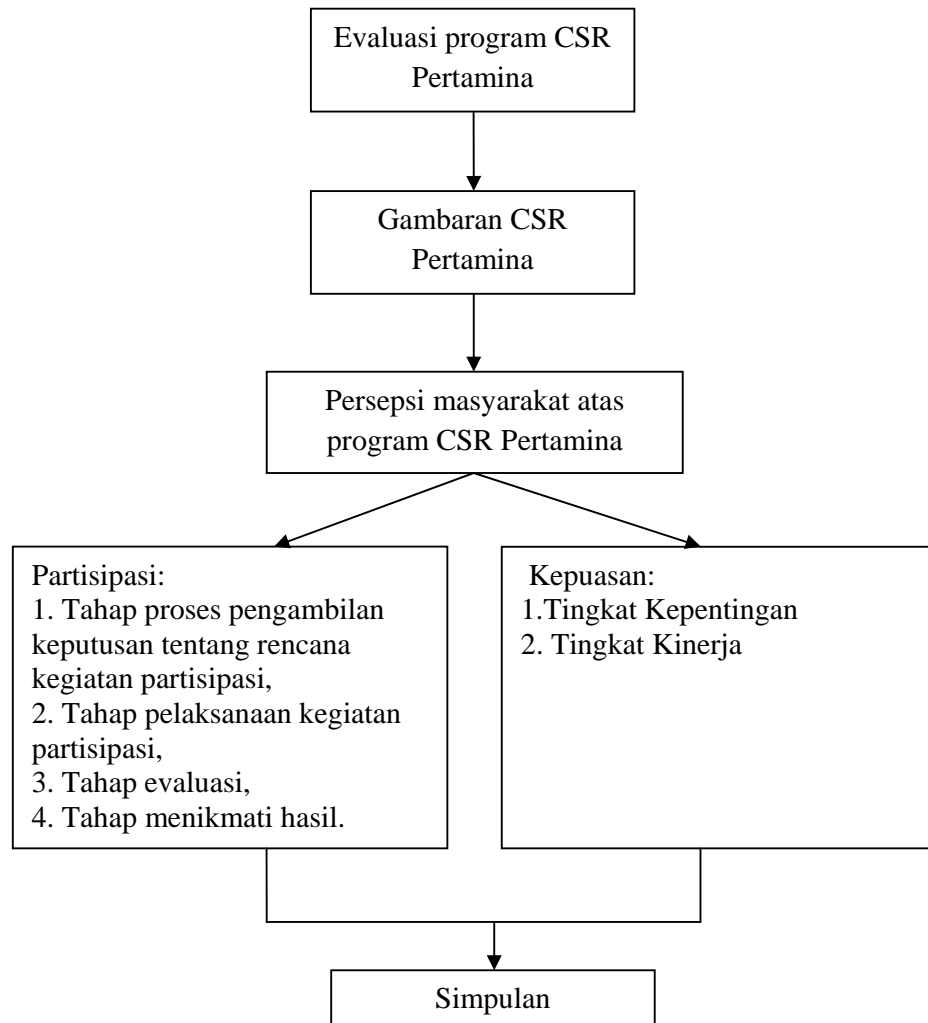
Program CSR dari PT Pertamina (Persero) *Refinery* Unit IV Cilacap dijalankan guna memberdayakan masyarakat sekitar perusahaan yang sangat mengharapkan partisipasi masyarakat dalam implementasinya. Terdapat tiga faktor utama yang dapat mendorong partisipasi yaitu adanya kemauan, kemampuan, dan kesempatan.

Faktor kemauan dapat dipengaruhi oleh sikap masyarakat terhadap lingkungan, program terkait, dan motivasi masyarakat untuk terlibat dalam program. Faktor kemampuan dapat dipengaruhi oleh pengetahuan (*skill*) dasar terhadap adanya suatu program kegiatan yang diajukan. Faktor kesempatan dapat dipengaruhi oleh manajemen program yang dilihat dari ruang partisipasi bagi

masyarakat di setiap tahapan kegiatan.

Pada analisis kepuasan masyarakat terhadap adanya program CSR telah dijelaskan sebelumnya, bahwa kepuasan masyarakat dalam hal ini diasumsikan pada kepuasan pelanggan terhadap adanya suatu produk barang/jasa. Tingkat kepentingan diasumsikan dengan harapan pelanggan, serta tingkat kinerja diasumsikan kenyataan kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Metode pengukuran kepuasan masyarakat menggunakan metode IPA (*Importance-Performance Analysis*) atau Analisis Kepentingan-Kinerja. IPA digunakan untuk memetakan hubungan antara tingkat kepentingan dengan kepuasan masyarakat terhadap pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan (Sumaedi dan Napitupulu, 2010).

H. Paradigma Penelitian



Gambar 4. Paradigma Penelitian

I. Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimanakah tingkat partisipasi/peranan masyarakat terhadap perancangan dan perencanaan program *Corporate Social Responsibility* periode tahun 2012 oleh PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap*?
2. Bagaimanakah tingkat kepuasan masyarakat atas program *Corporate Social Responsibility* periode tahun 2012 yang telah dilakukan oleh PT Pertamina (Persero) *Refinery unit IV Cilacap*?
3. Bagaimana tingkat partisipasi masyarakat terhadap perancangan dan perencanaan program CSR pada tahap proses pengambilan keputusan tentang rencana kegiatan partisipasi?
4. Bagaimana tingkat partisipasi masyarakat terhadap perancangan dan perencanaan program CSR pada tahap pelaksanaan kegiatan partisipasi?
5. Bagaimana tingkat partisipasi masyarakat terhadap perancangan dan perencanaan program CSR pada tahap evaluasi?
6. Bagaimana tingkat partisipasi masyarakat terhadap perancangan dan perencanaan program CSR pada tahap menikmati hasil?
7. Bagaimana persepsi masyarakat terhadap tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atas program CSR yang telah dilaksanakan?

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang (Moh. Nazir, 1983: 63). Penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antarfenomena yang diselidiki.

Penelitian dilakukan untuk mengetahui persepsi atas partisipasi dan kepuasan masyarakat terhadap tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hasil perhitungan kuantitatif yang diperoleh disajikan dalam bentuk deskripsi yang berpusat pada makna. Oleh karena itu, penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Baturaden, Purwokerto pada saat PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV* Cilacap mengadakan suatu acara pelatihan *entrepreneurship* dan *outbond* pada masyarakat Cilacap penerima seluruh program CSR PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV* Cilacap pada tahun 2012

yang pesertanya telah didata oleh PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV* Cilacap.

2. Waktu Penelitian

Penelitian dimulai pada tanggal 10 Oktober 2012 untuk tahap pra penelitian yaitu melakukan survai pendahuluan mengenai gambaran keadaan perusahaan secara umum. Kemudian dilakukan *interview* pada pihak internal perusahaan setelah ada konfirmasi dari kantor setempat. Pembagian kuesioner kepada masyarakat di Baturaden dilakukan pada tanggal 1 – 2 Februari 2013.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah masyarakat kota Cilacap sebagai penerima manfaat program *Corporate Social Responsibility* PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV* Cilacap. Banyaknya sampel sebagai subjek penelitian adalah 41 orang, yang terlibat sebagai peserta pelatihan *enterpreneurship* dan *outbond*, sebagai penerima program CSR yang diselenggarakan oleh PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV* Cilacap. Objek penelitiannya adalah program CSR yang diselenggarakan PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV* Cilacap pada tahun 2012.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian (Gulik, 2002: 110). Data

yang dikumpulkan tersebut ditentukan oleh variabel-variabel dalam penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya.

Dalam penelitian ini, variabel yang diteliti adalah persepsi atas partisipasi dan kepuasan masyarakat terhadap program *Corporate Social Responsibility* yang diselenggarakan oleh PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap*. Adapun definisi variabel operasional pada penelitian ini, yaitu :

1. Persepsi atas partisipasi masyarakat : Suatu proses pengorganisasian dan interpretasi stimulus yang diperoleh dari interaksi atas partisipasi masyarakat terhadap suatu rancangan kegiatan program CSR Pertamina.

2. Persepsi atas kepuasan masyarakat : Suatu proses pengorganisasian dan interpretasi stimulus yang diperoleh dari interaksi masyarakat pada harapan yang diinginkan dan realita/kenyataan yang dirasakan manfaatnya terhadap pelaksanaan program CSR Pertamina.

Untuk memperoleh data faktual tentang variabel penelitian tersebut, digunakan metode dokumentasi, wawancara, dan angket. Metode tersebut diaplikasikan dalam penelitian melalui prosedur berikut.

1. Survei pendahuluan, untuk memperoleh gambaran tentang keadaan objek penelitian termasuk didalamnya sejarah objek penelitian itu sendiri dan kondisi objek penelitian saat ini serta melihat permasalahan yang akan diteliti melalui wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka.
2. Menggunakan angket/kuesioner yang diberikan kepada masyarakat sebagai penerima program CSR PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap*.

Kuesioner dibagikan kepada sampel yang telah didata oleh PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV* Cilacap pada acara pelatihan *entrepreneurship* dan *outbond*.

E. Instrumen Penelitian

1. Penyusunan Instrumen

Dalam mengumpulkan data dengan teknik apapun, peneliti membutuhkan alat yang disebut dengan instrumen penelitian. Instrumen penelitian adalah pedoman tertulis tentang wawancara, atau pengamatan, atau daftar pertanyaan, yang disiapkan untuk mendapatkan informasi dari objek penelitian (Moh. Nazir, 1983: 123).

Sesuai dengan metode pengumpulan data yang telah ditetapkan, maka instrumen penelitian yang digunakan adalah sumber pustaka, pedoman wawancara, dan angket yang berbentuk inventori.

Tahapan kegiatan yang dilakukan peneliti dalam mengembangkan instrumen penelitian adalah.

- a. Menentukan indikator-indikator untuk setiap variabel yang diteliti, yaitu tingkat partisipasi dan kepuasan masyarakat.
- b. Menyusun kisi-kisi instrumen penelitian yang berupa pedoman wawancara dan angket (Kisi-kisi terdapat pada lampiran).
- c. Membuat butir-butir pertanyaan atau pernyataan untuk setiap instrumen penelitian, sesuai dengan indikator yang telah ditentukan, kisi-kisi, dan teori yang dirujuk.

- d. Melakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen.
- e. Merevisi instrumen yang telah dinyatakan valid dan reliabel, sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

Berikut ini tabel yang menggambarkan antara variabel operasional dengan indikatornya masing-masing.

Tabel 2. Indikator Variabel Penelitian

Persepsi Masyarakat Atas Program CSR Pertamina (persero) unit <i>Refinery IV Cilacap</i>	
Variabel Operasional	Indikator
1. Tingkat Partisipasi	1. Tahap proses pengambilan keputusan tentang rencana kegiatan partisipasi 2. Tahap pelaksanaan kegiatan partisipasi 3. Tahap evaluasi 4. Tahap menikmati hasil
2. Kepuasan Masyarakat Atas Program CSR	Menggunakan Metode IPA (<i>Importance-Performance Analysis</i>) atau Analisis Kepentingan-Kinerja. Berikut aspek yang dinilai: 1. Tingkat kepentingan 2. Tingkat kinerja/kepuasan Kedua aspek diatas mengacu pada 10 faktor, yaitu: a. Penguasaan materi program CSR b. Ketepatan waktu penerimaan program

Persepsi Masyarakat Atas Program CSR Pertamina (persero) unit <i>Refinery IV Cilacap</i>	
Variabel Operasional	Indikator
	CSR c. Sistematika penyajian program CSR (perencanaan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi) d. Penggunaan metode/alat bantu pada program CSR e. Daya, simpati dan sikap f. Penyampaian program CSR (komunikasi dan bahasa) g. Pencapaian tujuan dan harapan h. Kesempatan berpendapat i. Kepuasan masyarakat

2. Analisis Instrumen

Agar instrumen penelitian dapat berfungsi secara efektif, maka perlu dilakukan analisis terhadap instrumen, yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas yang dilakukan terhadap pedoman wawancara adalah uji validitas isi (*content validity*), sedangkan pada angket/kuesioner uji validitas yang digunakan adalah validitas konstruk (*construct validity*) dan validitas isi (*content validity*).

Validitas isi mengandung makna bahwa suatu instrumen dipandang valid apabila sesuai dengan domain dan tujuan khusus penggunaan alat ukur tersebut. Validitas isi hanya dapat ditentukan melalui *judgment* para ahli (Sumarna Surapranata, 2005: 50).

Setelah dilakukan uji validasi terhadap 6 butir pertanyaan dalam pedoman wawancara melalui *expert judgment* oleh staf CSR hubmas Pertamina Cilacap, diperoleh 6 butir pertanyaan valid. Perubahan dilakukan atas diksi dan struktur kalimat dalam pedoman wawancara agar lebih bersifat operasional.

Banyaknya pertanyaan dalam kuesioner adalah 36 butir, yang disajikan dalam bentuk pernyataan. Kuesioner meliputi 8 pernyataan terkait dengan partisipasi masyarakat dan 28 pernyataan terkait dengan kepuasan masyarakat. Butir pernyataan terkait dengan kepuasan masyarakat terbagi menjadi dua bagian, yaitu 14 pernyataan terkait dengan aspek tingkat kepentingan dan 14 pernyataan terkait dengan aspek tingkat kinerja. Hasil uji validasi isi pada kuesioner menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan dianggap valid untuk digunakan dalam penelitian.

Validitas konstruk mengandung arti bahwa suatu instrumen dikatakan valid jika telah cocok dengan konstruksi teoritik dimana tes itu dibuat. Uji *construct validity*, yaitu uji validitas dengan melihat konsep variabel yang akan diukur, dilakukan melalui perhitungan korelasi *product moment* Pearson. Untuk mendapatkan data kuantitatif dari kuesioner yang akan divalidasi, hasil uji coba kuesioner ditabulasi menggunakan 5 skala Likert sebagai berikut.

Tabel 3. Skala Likert

No.	Pernyataan	Skor
1.	Sangat tidak setuju/Sangat tidak penting	1
2.	Tidak setuju/Tidak penting	2
3.	Netral	3
4.	Setuju/Penting	4
5.	Sangat setuju/Sangat penting	5

Setelah ditabulasi, dilakukan pengujian statistik analisis pada tiap butir pernyataan kuesioner menggunakan korelasi *product moment* Pearson melalui SPSS 20.0, yang hasilnya dapat dilihat pada tabel 4. Uji validasi menghasilkan 1 butir yang tidak valid, yaitu butir dengan kode butir U7. Butir ini merupakan pernyataan tentang aspek tingkat kepentingan, mengenai pentingnya pencapaian tujuan dan harapan program CSR.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

No.	Kode Butir	Corrected Item – Total Correlation	Status
1.	P1	0,333	Valid
2.	P2	0,789	Valid
3.	P3	0,582	Valid
4.	P4	0,686	Valid
5.	P5	0,673	Valid
6.	P6	0,634	Valid
7.	P7	0,617	Valid
8.	P8	0,466	Valid
9.	U1	0,341	Valid
10.	U2	0,651	Valid
11.	U3A	0,683	Valid
12.	U3B	0,680	Valid
13.	U3C	0,654	Valid
14.	U3D	0,674	Valid
15.	U4	0,516	Valid
16.	U5	0,455	Valid
17.	U6A	0,565	Valid
18.	U6B	0,627	Valid
19.	U7	0,294	Tidak Valid
20.	U8	0,437	Valid
21.	U9	0,591	Valid
22.	U10	0,418	Valid
23.	K1	0,540	Valid

No.	Kode Butir	Corrected Item – Total Correlation	Status
24.	K2	0,678	Valid
25.	K3A	0,664	Valid
26.	K3B	0,598	Valid
27.	K3C	0,636	Valid
28.	K3D	0,597	Valid
29.	K4	0,692	Valid
30.	K5	0,473	Valid
31.	K6A	0,702	Valid
32.	K6B	0,561	Valid
33.	K7	0,691	Valid
34.	K8	0,703	Valid
35.	K9	0,634	Valid
36.	K10	0,654	Valid

Sumber: *Data diolah* (2013)

Suatu alat ukur atau instrumen dikatakan memiliki reliabilitas yang baik apabila alat ukur atau instrumen tersebut selalu memberikan hasil yang sama meskipun digunakan berkali-kali baik oleh peneliti yang sama maupun berbeda (Sudarmanto, 2005). Oleh karena itu, uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana konsistensi atau kestabilan hasil pengukuran yang dilakukan. Instrumen yang reliabel akan menghasilkan data yang tidak bersifat tendensius atau mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu.

Uji reliabilitas hanya dilakukan terhadap kuesioner. Uji reliabilitas yang dilakukan adalah uji reliabilitas internal dengan menghitung koefisien α dengan metode belah dua. Tabel 5 menunjukkan hasil uji reliabilitas untuk masing-masing variabel, yaitu partisipasi/*participation* (P), tingkat kepentingan/*importance* (U), dan tingkat kinerja/*performance* (K).

Pada Tabel 5 tampak bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini reliabel sehingga menghasilkan data yang tidak bersifat tendensius atau mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Status
1.	P	0,855	Reliabel
2.	U	0,873	Reliabel
3.	K	0,914	Reliabel

Sumber: *Data diolah* (2013)

F. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari wawancara dan studi pustaka merupakan data kualitatif. Berikut ini adalah tahap analisis data hasil wawancara dan studi pustaka.

1. Persiapan

Sebelum melaksanakan analisis data, data mentah perlu diolah terlebih dahulu agar dapat dimasukkan ke proses analisis. Data yang akan diolah adalah lembar-lembar instrumen yang telah diisi oleh pengumpul data (Gul, 2002: 135).

Dalam penelitian ini, yang akan diolah secara kualitatif adalah hasil wawancara dan hasil studi pustaka. Kegiatan persiapan yang dilakukan adalah memeriksa kelengkapan instrumen, yaitu catatan atau dokumentasi hasil wawancara dan catatan yang dibuat selama meneliti bahan pustaka atau literatur terkait.

2. Analisis Data

Data kualitatif yang diperoleh dari wawancara dan studi pustaka dianalisis melalui tiga aktivitas, yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification* (Miles dan Huberman dalam Sugiyono, 2009: 91). Ketiga aktivitas tersebut diuraikan sebagai berikut.

a. *Data reduction*

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya. Tujuan reduksi data adalah untuk memberikan gambaran yang jelas atas variabel yang diteliti dan memudahkan peneliti dalam menarik kesimpulan (Sugiyono, 2009: 92).

Dalam penelitian ini, catatan atau dokumentasi hasil wawancara dan catatan yang dibuat selama meneliti bahan pustaka atau literatur direduksi, sehingga sesuai dengan fokus masalah, yaitu pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* oleh PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap*.

b. *Data display*

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Secara luas, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk grafik, tabel, dan sebagainya. Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2009: 95) menyatakan bahwa bentuk yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif. Seluruh data yang diperoleh dalam penelitian ini, baik dari catatan atau dokumentasi hasil wawancara maupun catatan yang dibuat selama meneliti bahan pustaka atau literatur, disusun dalam bentuk paragraf deskriptif.

c. *Conclusion drawing/verification*

Tahap terakhir dalam analisis data kualitatif dalam penelitian ini adalah penarikan kesimpulan. Kesimpulan yang diambil merupakan jawaban dari rumusan masalah yang telah ditentukan pada awal penelitian. Kesimpulan ini juga dapat berupa pengembangan dari jawaban rumusan permasalahan penelitian.

d. Triangulasi

Dalam penelitian kualitatif, data yang diperoleh tidak dapat diteliti keabsahannya menggunakan alat uji statistik. Data semacam ini dianalisis dengan metode triangulasi. Ada empat tipe dasar triangulasi (Denzin dalam Patton, 2006: 99), yaitu triangulasi data, triangulasi investigator, triangulasi teori, dan triangulasi metodologis.

Triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi metodologis, yang berarti bahwa peneliti menggunakan metode ganda untuk mengkaji suatu masalah. Untuk menguji kehandalan data, data yang diperoleh melalui wawancara disilangkan dengan data yang diperoleh dari studi pustaka.

Data tentang persepsi masyarakat, yang meliputi tingkat partisipasi dan kepuasan masyarakat, diperoleh dari kuesioner. Data tersebut berbentuk data kualitatif, berupa angka-angka yang diperoleh dari hasil tabulasi sesuai Skala Likert. Analisis yang digunakan adalah Analisis Kepentingan-Kinerja (IPA). Berikut ini adalah tahap analisis data kuesioner.

1. Persiapan

Data yang akan dianalisis harus dipersiapkan agar tidak terjadi kesalahan dalam input data atau kekurangan data. Data yang akan diolah adalah lembar-lembar instrumen yang telah diisi oleh pengumpul data (Gulik, 2002: 135).

Dalam penelitian ini, yang akan diolah secara kuantitatif adalah kuesioner. Kegiatan persiapan yang dilakukan adalah memeriksa kelengkapan kuesioner, apakah sesuai dengan jumlah responden yang telah didata, yaitu sebanyak 41

orang. Selain itu, setiap kuesioner diperiksa, apakah telah lengkap terisi. Apabila ada bagian yang kosong (belum diisi oleh responden) atau ada kekurangan jumlah kuesioner yang terkumpul, maka peneliti perlu menemui responden kembali untuk mendapatkan data yang lengkap.

2. Tabulasi Data

Dari masing-masing kuesioner yang telah diisi oleh responden (subjek penelitian), dilakukan penskoran untuk setiap butir, sesuai dengan skala Likert yang ditunjukkan dalam Tabel 2. Kemudian skor tersebut direkapitulasi dalam satu tabel yang memuat skor per butir untuk semua responden, total skor per responden, dan total skor per butir. Proses ini disebut tabulasi.

3. Analisis Kepentingan-Kinerja/*Importance Performance Analysis* (IPA)

Setelah data diolah kuantitatif, maka tingkat kepentingan dan tingkat kinerja akan dicocokkan pada kuadran yang ada berdasarkan metode IPA untuk mencerminkan kepuasan masyarakat. Hal ini juga dilakukan untuk mengetahui hal-hal yang perlu diperbaiki dari program CSR yang telah dilaksanakan.

Untuk menempatkan indikator-indikator penelitian dalam kuadran IPA, terlebih dahulu dihitung rata-rata skor per butir, menggunakan rumus:

$$\text{Rata-rata butir nomor } i = \frac{\text{Total skor nomor } i}{41}$$

Sumbu horizontal dalam kuadran IPA menunjukkan tingkat kinerja, dengan nilai paling kiri (minimum) diperoleh dari skor terendah dari tabulasi skor kuesioner tingkat kinerja; dan nilai paling kanan (maksimum) diperoleh dari skor tertinggi dari tabulasi skor kuesioner tingkat kinerja. Sumbu vertikal dalam kuadran IPA menunjukkan tingkat kepentingan, dengan nilai paling bawah

(minimum) diperoleh dari skor terendah dari tabulasi skor kuesioner tingkat kepentingan; dan nilai paling atas (maksimum) diperoleh dari skor tertinggi dari tabulasi skor kuesioner tingkat kepentingan.

Setelah dilakukannya analisis kuadran, analisis selanjutnya adalah analisis kesenjangan. Analisis ini dinyatakan pada perhitungan selisih antara tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan. Selisih masing-masing dinyatakan pada setiap faktor yang terkait. Selisih rata-rata tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan dinyatakan pada garis rata-rata selisih. Nilai paling atas (maksimum) menunjukkan selisih terbesar, dan nilai paling bawah (minimum) menunjukkan selisih paling sedikit dari perhitungan selisih tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan. Setelah itu, dilakukan analisis faktor mana sajakah yang berada diatas garis rata-rata selisih dan mana saja yang berada dibawah garis rata-rata selisih.

Dengan jumlah responden sebanyak 41 orang, maka diperoleh statistik sebaran untuk skor total, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 6.

Tabel 6. Jumlah Skor Seluruh Responden

Keterangan	Jumlah Skor
Minimal (Skor 1): X_{\min}	41 (responden)*1 = 41
Kuartil 1 (Skor 2): Q_1	41 (responden)*2 = 82
Median (Skor 3): Q_2	41 (responden)*3 = 123
Kuartil 3 (Skor 4): Q_3	41 (responden)*4 = 164
Maksimal (Skor 5): X_{\max}	41 (responden) * 5 = 205

Untuk setiap butir pertanyaan, dihitung skor totalnya, kemudian dibandingkan dengan batasan-batasan pada statistik sebaran tersebut. Pengkategorian tingkat partisipasi dan kepuasan masyarakat kemudian disesuaikan dengan pedoman berikut.

- a. Skor total terletak antara nilai minimal dan kuartil I ($X_{\min} < X_{\text{total}} < Q_1$) mengandung arti **sangat negatif**, dimana partisipasi masyarakat dinilai tidak aktif atau masyarakat tidak puas dengan program CSR yang telah terlaksana.
- b. Skor total terletak antara nilai kuartil I dan median ($Q_1 < X_{\text{total}} < Q_2$) mengandung arti **negatif**, dimana partisipasi masyarakat dinilai kurang aktif atau masyarakat kurang puas dengan program CSR yang telah terlaksana.
- c. Skor total terletak antara nilai median dan kuartil III ($Q_2 < X_{\text{total}} < Q_3$) mengandung arti **positif**, dimana partisipasi masyarakat dinilai cukup aktif atau masyarakat cukup puas dengan program CSR yang telah terlaksana.
- d. Skor total terletak antara nilai kuartil III dan nilai maksimal ($Q_3 < X_{\text{total}} < X_{\max}$) mengandung arti **sangat positif**, dimana partisipasi masyarakat dinilai aktif atau masyarakat puas dengan program CSR yang telah terlaksana.

Apabila dipersentasekan, maka besarnya tingkat partisipasi masyarakat dalam program CSR yang telah dilaksanakan oleh PT Pertamina (Persero) *Refinery* Unit IV Cilacap dapat dihitung berdasarkan rumusan sebagai berikut:

$$\text{Tingkat partisipasi} = \frac{X}{X_{\max}} \times 100\%$$

Sama halnya dengan tingkat partisipasi masyarakat, rumusan yang digunakan untuk menghitung persentase tingkat kepuasan masyarakat terhadap program CSR yang telah dilaksanakan oleh PT Pertamina (Persero) *Refinery* Unit IV Cilacap adalah:

$$\text{Tingkat kepuasan} = \frac{X}{X_{\max}} \times 100\%$$

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

A. Data Umum

1. Sejarah PT Pertamina

Bahan bakar minyak atau yang lebih dikenal dengan sebutan BBM, saat ini sudah menjadi kebutuhan pokok bagi sebagian besar masyarakat. Minyak dan gas bumi merupakan salah satu sumber devisa penting dalam pembangunan nasional, sehingga saat ini BBM menjadi kebutuhan primer bagi setiap individu maupun pihak industri, baik industri kecil maupun industri besar yang bergerak di bidang manufaktur.

Usaha pengeboran minyak Indonesia pertama kali dilakukan oleh Jan Raerink pada tahun 1871 di Cibodas, Jawa Barat, namun usaha tersebut mengalami kegagalan. Pada 15 Juni 1885, Aeilko Jan Zijkler seorang Belanda berhasil melakukan pemboran minyak bumi di Telaga Tiga dekat Pangkalan Brandan, Sumatra Utara, dan berhasil menemukan sumber minyak komersial yang pertama di Indonesia pada kedalaman 400 kaki. Penemuan-penemuan dari penghasil minyak lain mendorong keinginan maskapai perusahaan asing seperti *Royal Deutche Company*, *Shell*, *Stanvac*, *Caltex* dan maskapai maskapai lainnya untuk turut serta dalam usaha pengeboran minyak di Indonesia.

Pada saat perjuangan kemerdekaan Indonesia 1945, lapangan minyak sekitar Pangkalan Brandan dan Aceh berhasil dikuasai oleh pejuang-pejuang kemerdekaan Indonesia adalah, bekas minyak Shell-B.P.M (perusahaan gabungan *Royal Deutche Company* dan *Shell Transport and Trading Company*), yang

selanjutnya merupakan perusahaan minyak Indonesia yang pertama dan diberi nama Perusahaan Tambang Minyak Negara Republik Indonesia (PTMNRI). Setelah perjuangan fisik tahun 1950, PTMNRI belum juga menunjukkan usaha-usaha pembangunannya, maka pada bulan April 1954 PTMNRI diubah menjadi Tambang Minyak Sumatera Utara (TMSU). Tindakan ini ternyata juga tidak ada manfaatnya, sehingga pada tanggal 10 Desember 1957 atas perintah Mayjen Dr. Ibnu Soetowo, TMSU diubah menjadi PT Pertamina. Tanggal ini ditetapkan sebagai tanggal berdirinya PT Pertamina.

Setelah kira-kira tiga setengah tahun, pada tanggal 1 Juli 1961 statusnya diubah menjadi Perusahaan Negara Pertambangan Minyak Nasional (PN Pertamina). Sebagai landasan kerja baru dilahirkan UU RI No. 8 Tahun 1971 pada tanggal 15 September 1971. Sejak saat itu, PN Pertamina diubah menjadi Pertamina, yang merupakan satu-satunya perusahaan minyak nasional yang berwenang mengelola semua bentuk kegiatan di bidang industri perminyakan di Indonesia. Seiring dengan perubahan yang terjadi di dalam tubuh Pertamina maka pada tanggal 17 September 2003 nama Pertamina kembali berubah menjadi PT Pertamina (Persero).

Berdasarkan UUD 1945 dan UU No. 8 Tahun 1971, PT Pertamina mengemban tiga tugas utama, yaitu:

- a. menyediakan dan menjamin pemenuhan kebutuhan BBM;
- b. sebagai sumber devisa negara; dan
- c. menyediakan kesempatan kerja sekaligus pelaksana alih teknologi dan pengetahuan.

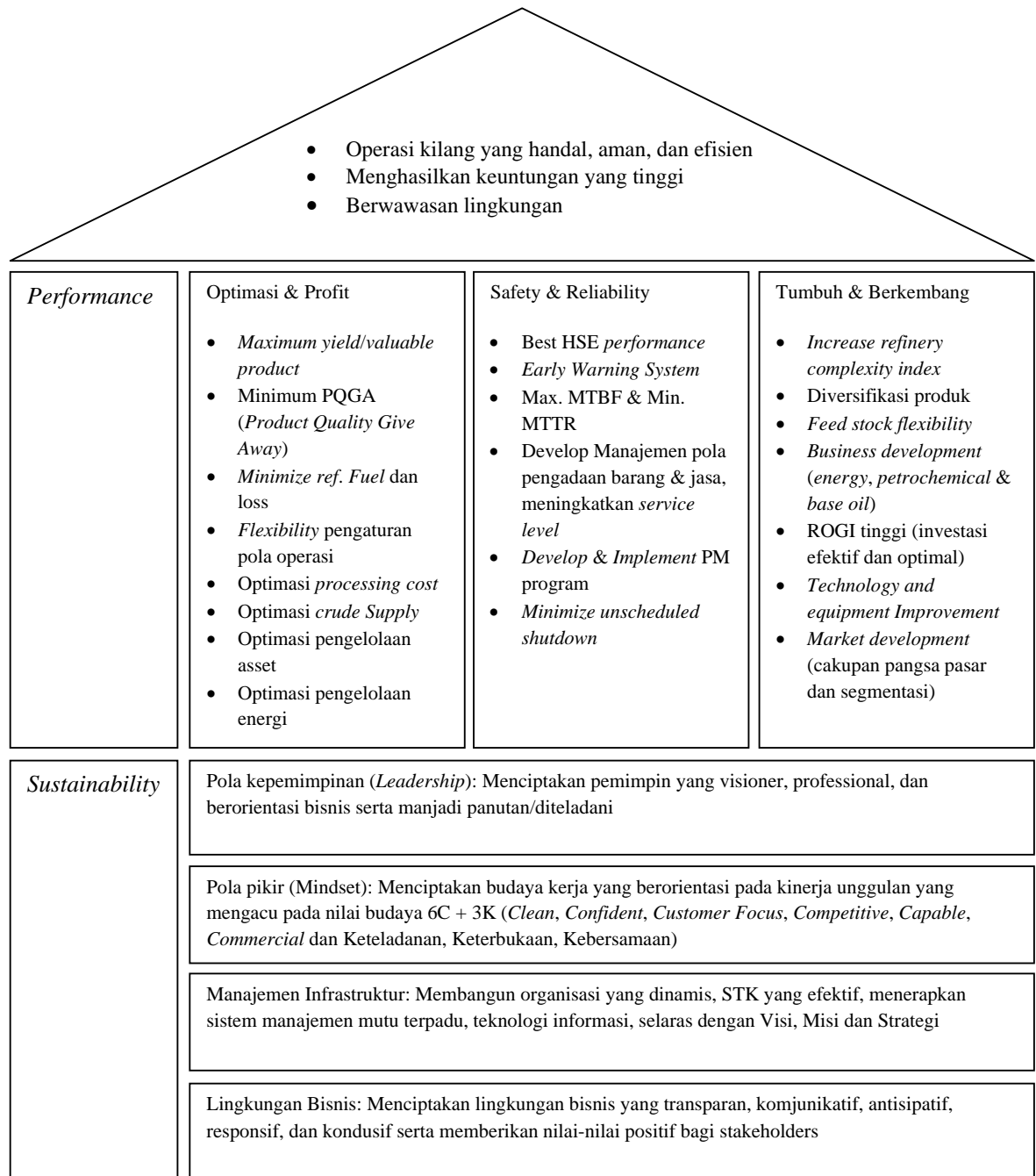
Sasaran utama pengadaan dan penyaluran BBM dalam menunjang pembangunan adalah tersedianya BBM dalam jumlah yang cukup dengan kualitas yang memenuhi spesifikasi, suplai yang berkesinambungan, terjamin, dan ekonomis. Dalam mengemban tugas tersebut, PT Pertamina mengoperasikan beberapa kilang minyak di dalam negeri dengan kapasitas total 1.027.300 BPSD.

2. PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap*

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 31 Tahun 2003 sebagai amanat dari Pasal 60 Undang-Undang No. 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi serta Akta Pendirian PT Pertamina (Persero) yang dilakukan oleh Menteri Keuangan, dilaksanakan pengalihan Badan Hukum serta pengalihan Direksi dan Komisaris. PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* merupakan salah satu unit kilang minyak PT Pertamina (Persero) yang memiliki kapasitas terbesar dan terlengkap fasilitasnya di tanah air. Kapasitas terpasang kilang ini sebesar 348.000 barrel/hari dengan luas area kilang dari perkantoran 226.39 Ha.

a. Visi & Misi PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap*

Misi PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* adalah menjadi kilang minyak yang unggul di Asia Tenggara dan kompetitif di Asia pada tahun 2015. Gambar 5 menunjukkan bagan visi dan misi PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* sebagai pedoman dalam melaksanakan aktivitas operasional dan non-operasional perusahaan.



Gambar 5. Visi dan Misi PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap*

Sumber : *Majalah profil CSR Pertamina* hal. 2: 2012

b. Logo dan Slogan Pertamina

Slogan PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV* Cilacap yaitu *Always there* yang diterjemahkan “Selalu hadir melayani”. Dengan slogan ini diharapkan perilaku seluruh jajaran pekerjaan akan berubah menjadi *entrepreneur* dan *customer oriented*, terkait dengan persaingan yang sedang dan akan dihadapi perusahaan.



Gambar 6. Logo PT Pertamina

Elemen logo PT Pertamina (Persero) merupakan representasi huruf “P” yang secara keseluruhan merupakan representasi bentuk panah, dimaksudkan sebagai Pertamina yang bergerak maju dan progresif. Warna-warna yang berani menunjukkan langkah besar yang diambil Pertamina dan aspirasi perusahaan akan masa depan yang lebih positif dan dinamis. Warna-warna tersebut adalah:

- 1) biru, mencerminkan handal, dapat dipercaya dan bertanggungjawab;
- 2) hijau, mencerminkan sumber daya energi yang berwawasan lingkungan; dan
- 3) merah, keuletan serta ketegasan serta keberanian dalam menghadapi berbagai macam keadaan.

c. Produksi Kilang Minyak PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV*

Cilacap

Kilang Minyak PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV* Cilacap terbagi atas 3 kelompok besar, yaitu:

- 1) Kilang Minyak Pertama, terdiri dari *Fuel Oil Complex* (FOC) I dan *Lube Oil Complex* (LOC) I. Kilang ini dibangun khusus untuk mengolah minyak mentah dari Timur Tengah.
- 2) Kilang Minyak Kedua, terdiri dari *Fuel Oil Complex* (FOC) II dan *Lube Oil Complex* (LOC) II & III. Kilang ini dibangun khusus untuk mengolah minyak mentah campuran (*cocktail*) baik dari dalam maupun luar negeri.
- 3) Kilang *Paraxylene* Cilacap, kilang ini dibangun karena latar belakang kesediaan bahan baku nafta dari kilang minyak kedua. Kilang *paraxylene* memproduksi: *benzene*, *paraxylene*, dan produk-produk samping lainnya.

Kilang minyak pertama dan kedua memproduksi produk *fuel* & *non fuel* yang kategorinya seperti tabel di bawah ini.

Tabel 7. Produk-produk PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV* Cilacap

No.	Produksi	Jenis
1.	<i>Fuel</i>	Premium Kerosene ADO/IDO/IFO Avtur Solar 48
2.	<i>Non fuel</i>	LPG Minarex Lube Base Oil Slack Wax Aspal Parafin LSWR Naphta
3.	Petrokimia	Paraxylene Benzene Shulphur <i>Heavy Aromate</i>

Sumber: *Majalah Profil Pertamina* (2012)

d. Sistem Manajemen dan Pengawasan

Bersamaan dengan pengalihan Badan Hukum, ditetapkan pula susunan Direksi dan Komisaris PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* sebagai berikut:

- 1) Direktur Utama
- 2) Wakil Direktur Utama
- 3) Direktur Hulu
- 4) Direktur Pengolahan
- 5) Direktur Pemasaran dan Niaga
- 6) Direktur Umum dan SDM
- 7) Direktur Keuangan

Selain ketujuh direktur tersebut, Direktur Utama masih dibantu oleh seorang staff ahli dan satu orang inspektur perusahaan. Direktur Utama juga membawahi.

- 1) Perwakilan Pertamina di luar negeri (Houston, Frankfurt, Singapura, dan Tokyo).
- 2) Proyek-proyek Pertamina (*Aromatic Centre*, Pabrik Metanol, Pabrik Paraxylene dan fasilitas ekspor LPG).
- 3) Anak-anak perusahaan Pertamina, yang terdiri dari PT Pelita Air Service, PT Patra Jasa, PT Perta Insan, PT Tongkang, dan PT Elnusa.

e. Organisasi Unit Pengolahan dan Kepegawaian PT Pertamina (Persero) ***Refinery Unit IV Cilacap***

1) Organisasi Unit Pengolahan

Direktur pengolahan PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* membawahi unit-unit pengolahan yang ada di Indonesia, yaitu:

- a) Refinery Unit II Dumai dan Sungai Pakning, kapasitas 170.000 barrel/hari;
- b) Refinery Unit III Plaju dan Sungai Gerong, kapasitas 135.000 barrel/hari;
- c) Refinery Unit IV Cilacap, kapasitas 348.000 barrel/hari;
- d) Refinery Unit V Balikpapan, kapasitas 270.000 barrel/hari;
- e) Refinery Unit VI Balongan, kapasitas 125.000 barrel/hari; dan
- f) Refinery Unit VII Kasim Irian Jaya, kapasitas 10.000 barrel/hari.

2) Sistem Kepegawaian

Dalam kegiatan sehari-hari PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* mempunyai pekerja-pekerja di arealnya. Secara umum, pekerja Pertamina dibagi menjadi:

- a) Pegawai Pembina, pegawai golongan 2 ke atas;
- b) Pegawai Utama, pegawai golongan 3 – 5;
- c) Pegawai Madya, pegawai golongan 6 – 9; dan
- d) Pegawai Biasa, pegawai golongan 10 – 15.

Jam kerja yang diberlakukan oleh PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* terhadap para pegawainya adalah sebagai berikut.

- a) Untuk pekerja harian selama 40 jam setiap minggu dengan perincian 5 hari kerja dari hari Senin hingga Kamis pukul 07.30 – 16.00 WIB, dan hari Jumat pukul 07.00 – 16.30 WIB.

- b) Untuk pekerja shift ataupun harian waktu istirahatnya yaitu hari Senin-Kamis pukul 12.00 – 13.00 WIB (Senin – Kamis) dan pukul 12.00 – 13.30 WIB khusus untuk hari Jumat.
- c) Pekerja shift bekerja dengan sistem 3:1, artinya 3 hari kerja dan 1 hari libur.

Periode tersebut berjalan secara bergantian dari masuk pagi, sore, dan malam dengan jam kerja sebagai berikut:

- a) Untuk Pekerja Operasi:

Shift pagi : 08.00 – 16.00

Shift sore : 16.00 – 00.00

Shift malam : 00.00 – 08.00

- b) Untuk Pekerja *Security*:

Shift pagi : 06.00 – 14.00

Shift sore : 14.00 – 22.00

Shift malam : 22.00 – 06.00

B. Data Khusus

1. Implementasi Program CSR PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV*

Cilacap

Hasil survai *Millenium Poll on CSR* yang dilakukan *Environment International* dari Kanada, dan *Prince of Wales Business Leaders Forum* serta *The Conference Board* Amerika yang meneliti 32.000 responden dari 32 negara menunjukkan sebagian besar responden (60%) tidak menilai perusahaan dari sisi finansial, harga saham, *corporate image*, atau dari sisi *brand image*-nya, tetapi malah melihat dari sisi praktek perusahaan itu terhadap karyawan; sisi etika

bisnis; daya tanggap terhadap lingkungan; dan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan citra dan *brand image* perusahaan hanya menempati 40%. Artinya responden menghendaki perusahaan besar itu jangan makmur sendiri tanpa menghiraukan kondisi masyarakat sekelilingnya. Hal ini tentunya bukan cuma dilihat dari sisi kepatutan, tetapi lebih kepada profesionalisme bisnis (survei tahun 1999).

Berangkat dari filosofi tersebut, PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* sejak awal hadir di wilayah ini sangat jeli memperhatikan permasalahan yang dirasakan lingkungannya. Sebagai wujud dari kepedulian itulah PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* menerapkan program CSR secara konsisten dan berkelanjutan. Pada dasarnya kelancaran operasi perusahaan tidak terlepas dari dukungan pemerintah dan masyarakat sekitar. Pengalaman di berbagai tempat di tanah air membuktikan iklim kondusif yang diciptakan oleh lingkungan akan sangat membantu kontinuitas kelancaran operasi perusahaan. Menyadari hal tersebut, sejak awal PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* menempatkan program CSR menjadi bagian penting dari program perusahaan. Dan dapat dibuktikan dengan komitmen perusahaan yang dituangkan dalam Kebijakan Manajemen Pertamina RU IV: Kebijakan manajemen No. 657/E14000/2002-So, butir 8, yaitu: memelihara hubungan yang sehat dan harmonis dalam rangka pengelolaan lingkungan dengan pemerintah, industri dan masyarakat sekitarnya.

Komitmen PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* secara komprehensif dan terpadu melakukan *best practices* dalam pengelolaan usahanya

sangat memperhatikan nilai-nilai GCG termasuk tanggung jawab terhadap lingkungan, baik fisik maupun sosial.

Perencanaan suatu program CSR pada PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* diusulkan secara *bottom-up*. Perusahaan memetakan kebutuhan masyarakat melalui *social mapping* (yang dilakukan oleh institusi resmi lain/pihak akademisi) untuk menjadi dasar pertimbangan pelaksanaan program CSR. Setelah kebutuhan-kebutuhan/masalah sosial yang ada di masyarakat teridentifikasi, rencana program diusulkan ke CSR Pusat untuk menjadi pengajuan program yang akan mendapat persetujuan CEO & *President Director* PT Pertamina (Persero). Pelaksanaan program CSR dilakukan oleh CSR *Officer* di bagian *Public Relations* di bawah pimpinan *Legal & General Affairs Manager*. Adapun dana pelaksanaan program CSR PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* berasal dari anggaran CSR Pusat yang dianggarkan setiap tahunnya dan diusulkan untuk mendapatkan persetujuan CEO and *President Director* PT Pertamina (Persero). Setiap tahunnya anggaran sifatnya tidak sama karena disesuaikan dengan anggaran yang diajukan sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang diidentifikasi (termasuk seluruh unit perusahaan di seluruh Indonesia).

2. Penerapan Program CSR

Program CSR PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* telah dilaksanakan sejak pertama kehadiran perusahaan ini di Cilacap tahun 1974. Program CSR pertama yang dilaksanakan di Cilacap adalah membangun Pelabuhan Perikanan Nusantara Cilacap (PPNC) senilai lebih kurang 40 milyar

rupiah, dan hingga saat ini masih terus dimanfaatkan oleh para nelayan di wilayah ini, bahkan kini menjadi pusat kegiatan ekonomi nelayan di Cilacap. Selain itu dibangun pula Bandar Udara Tunggul Wulung Cilacap, yang merupakan bantuan dari PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV* Cilacap guna melengkapi fasilitas transportasi di wilayah ini.

CSR PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV* Cilacap mencakup empat inisiatif pemberdayaan, yaitu peningkatan kualitas pendidikan, pemberdayaan kesehatan, peningkatan kualitas lingkungan hidup, peningkatan infrastruktur dan pemberdayaan masyarakat serta melaksanakan suatu program khusus, yaitu Pertamina Peduli yang merupakan kepedulian perusahaan terhadap para korban bencana alam yang terjadi di tanah air. Sesuai visi CSR "Menuju Kehidupan yang Lebih Baik", program-program tersebut diselaraskan dengan tujuan pembangunan *Millenium Development Goals* (MDGs) dan mendukung komitmen Indonesia terhadap program *Reducing Emissions from Deforestation and Forest Degradation* (REDD+), yang merupakan suatu mekanisme global yang bertujuan untuk memperlambat perubahan iklim dengan memberikan kompensasi kepada Negara berkembang untuk melindungi hutannya. Hal ini diprioritaskan sekaligus untuk membantu masyarakat dan pemerintah di sekitar unit operasi PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV* Cilacap dalam memecahkan permasalahan sosial dan lingkungan.

a. Pendidikan

Perhatian Pertamina terhadap dunia pendidikan di tanah air khususnya di Cilacap sudah dilaksanakan sejak lama. Untuk mencapai tujuan pendidikan sesuai

tema sentral yang diangkat “Cerdas Bersama Pertamina” diwujudkan PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* melalui pemenuhan sarana dan prasarana untuk menunjang kegiatan belajar mengajar, mulai dari bantuan bangku sekolah maupun material pembangunan sekolah. Berbagai sarana penunjang lainnya juga mendapat perhatian PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* untuk kelengkapan belajar, seperti komputer, alat peraga Laboratorium, buku-buku dan pembangunan rumah baca, bantuan dana pendidikan Gerakan Orang Tua Asuh (GNOTA) yang secara rutin diberikan, serta mengadakan sosialisasi ke sekolah-sekolah.

PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* juga sangat memperhatikan para pemuda putus sekolah yang berada di wilayah sekitar kilang dengan memberikan bantuan berupa kursus keterampilan las listrik, automotif, kursus menjahit dan bordir yang diselenggarakan bekerjasama dengan BLKI Cilacap. Di antara para pemuda putus sekolah tersebut sudah banyak pula yang berhasil bekerja di berbagai perusahaan nasional. PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* pun telah menerima penghargaan dari Bupati Cilacap sebagai satu-satunya perusahaan yang berprestasi pada Pendidikan Luar Sekolah (PLS) di Kabupaten Cilacap.

b. Infrastruktur dan Pemberdayaan Masyarakat

Pada awal era Orde Baru terjadi ketimpangan kemampuan ekonomi antara 3 soko guru perekonomian nasional. Usaha swasta yang ditangani konglomerat melejit tinggi, disusul BUMN, namun tidak demikian halnya dengan usaha kecil dan koperasi yang masih terus “merangkak”. Kemudian presiden mengeluarkan

intruksi agar usaha besar dan BUMN wajib sifatnya menyisihkan laba bersihnya sebesar 1 hingga 5% (Majalah profil CSR Pertamina hal. 3: 2012) untuk membantu perekonomian usaha kecil dan koperasi. Karena itu kemudian Pertamina menerapkan Program Usaha Kecil dan Koperasi (PUKK) yang bertugas menyalurkan bantuan kredit dengan bunga yang rendah kepada mitra binaan. Namun belum lagi usaha kecil dan koperasi bangkit, muncu krisis moneter yang melanda negeri ini berkepanjangan, sehingga membawa dampak pada tingginya tingkat kemacetan pembayaran kembali oleh mitra binaan.

Menyadari kondisi ini PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* tidak tinggal diam justru malah meningkatkan pembinaan melalui program pelatihan, pendampingan, pemagangan dan promosi agar mitra binaan mampu tumbuh menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Untuk memfokuskan pembinaan kemudian PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* tahun 2004 membentuk organisasi khusus yang menangani program ini yang diberi nama Program Kemitraan & Bina Lingkungan (PKBL) hingga kini. Seperti halnya program *Community Development*, program kemitraan ini juga diprioritaskan kepada mitra binaan yang berada di ring I yang merasakan dampak langsung dari kehadiran Pertamina, kemudian disusul ring II yaitu masyarakat yang berada diluar ring I tetapi masih dalam batas kabupaten Cilacap, dan prioritas terakhir adalah masyarakat ring III (di luar ring II).

Pada perkembangannya sesuai instruksi presiden, bahwa 1 – 3% laba bersih perusahaan disalurkan untuk pembinaan usaha kecil dan koperasi. Maka sejak tahun 1992 PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* mulai melaksanakan

program yang diberi nama CSR dalam bentuk kemitraan, yaitu menyalurkan kredit dengan bunga rendah kepada Usaha Kecil dan Koperasi. Program ini bertujuan untuk mengentaskan Usaha Kecil dan Koperasi menjadi pengusaha yang lebih besar dan mandiri, sehingga akhirnya diharapkan akan dapat membantu meningkatkan perekonomian di wilayah ini. Di antara mitra binaan tersebut adalah banyak yang berhasil mengembangkan usahanya ke berbagai wilayah, bahkan ada yang punya outlet di Singapura. Dalam mengembangkan usaha mitra binaannya, PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* tidak hanya memberikan pinjaman lunak, tetapi untuk memajukan usaha mereka, Pertamina juga memberikan pelatihan kewirausahaan, mengikutkan keberbagai pameran di dalam dan luar negeri.

Selama tahun 2008, jumlah dana kemitraan yang disalurkan PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* kurang lebih sebesar Rp 3,8 miliar untuk 114 mitra binaan, dan sejak berdirinya organisasi kemitraan tersebut tahun 1994 jumlah dana berbagai organisasi dibawah naungan PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* seperti Baituzzakah Pertamina (Bazma) yang mengelola zakat, infak dan shodaqoh pekerja (setiap tahunnya tidak kurang dari Rp 1,2 milyar disalurkan kepada 8 asnaf), Badan Dakwah Islam (BDI), Badan Koordinasi Umat Kristiani (Bakorumkris), Sang Hindu Dharma (SHD) selaku persatuan umat Hindu, Persatuan Wanita Patra (PWP) sebagai persatuan istri-istri pekerja. PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* juga menyalurkan bantuan sosialnya kepada masyarakat sekitar dalam membantu event yang digelar (Majalah profil CSR Pertamina hal. 14: 2012).

Bazma, misalnya, setiap periode selalu menyalurkan bantuan pendidikan melalui paket belajar, pembayaran SPP bagi warga tidak mampu, bantuan untuk santri dan berbagai yayasan pesantren. Demikian pula yang dilakukan organisasi keagamaan lainnya. Sementara Persatuan Wanita Patra dalam organisasinya juga mengalokasikan dana pendidikan dana dana sosial yang disalurkan untuk masyarakat seperti ke panti jompo, dan kaum dhuafa lainnya.

c. Kesehatan

Bidang kesehatan tak luput pula disentuh oleh PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap*. Adapun tema sentral kegiatan ini adalah “Sehat Bersama Pertamina”. Bantuan yang diberikan berupa renovasi Balai Kesehatan, Puskesmas dan Posyandu, hingga pengobatan massal, operasi katarak, operasi bibir sumbing dan sunatan massal untuk keluarga kurang mampu kerap digelar di PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap*. Kesehatan ibu dan anak tak luput pula dari perhatian Pertamina melalui program Pertamina SEHATI (sehat ibu dan anak) yang dilakukan melalui acara penyuluhan dan bantuan makanan bergizi.

Bekerjasama dengan dinas terkait, PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* juga membantu mencegah perkembangbiakan nyamuk demam berdarah melalui penyemprotan/*fogging* di pemukiman warga saat terjadinya wabah. PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* yakin bahwa apabila masyarakat sehat maka akan menjadi masyarakat yang produktif dan iklim usaha di Kabupaten Cilacap akan semakin kondusif.

Sementara untuk menciptakan masyarakat yang sehat, melalui sekolah diberikan pula penyuluhan tentang bahaya dari narkoba, penyuluhan tentang penyakit HIV Aids, dan berbagai seminar kesehatan lainnya. Sebagai wujud nyata untuk mengurangi penderitaan warga, PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* juga banyak membantu mengatasi masalah kesehatan yang dilakukan melalui pengobatan massal, operasi bibir sumbing, operasi mata katarak, operasi tumor dan perawatan selama di rumah sakit.

d. Lingkungan Hidup

Peduli terhadap lingkungan ditunjukkan PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* dengan melakukan penghijauan di berbagai lokasi, melalui penanaman pohon bakau di Kutawaru dan 1000 pohon di jalan lingkar yang dipusatkan di Tegal Kamulyan. Sementara di area pantai PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* menanam 500 pohon ketapang di sepanjang pantai Teluk Peny, 1.700 pohon peneduh ditanam di sepanjang Jalan Lingkar Timur. Untuk mencegah abrasi pantai dan mempertahankan kehidupan biota laut, tempat bertelurnya ikan-ikan, tahun 2008 PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* kembali menanam 3.500 bibit mangrove di Kutawaru bertepatan dengan Hari Meananam Nasional dan 3.600 pohon mangga harum manis untuk masyarakat.

Selain program-program di atas, PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* juga menunjukkan konsistensinya terhadap lingkungan dengan melaksanakan program *Clean Development Mechanism (CDM)* dan Hutan Kota untuk mengurangi efek dari *global warming*.

Limbah yang dihasilkan para pengrajin tahu dan peternak pun tak luput dari perhatian, untuk itu PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* juga mengembangkan program Instalasi Pengolah Air Limbah (IPAL) tahu dan ternak di wilayah Cilacap. Sebanyak tujuh IPAL telah didirikan oleh PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* bekerjasama dengan LSM Peduli Lingkungan. Diharapkan dengan adanya IPAL ini dapat dimanfaatkan sebagai sarana konservasi energi, sehingga limbah yang sedianya menghasilkan bau bisa menjadi bahan bakar yang dapat dimanfaatkan untuk memasak.

e. *Community Relations*

Selain 4 bidang program CSR, bantuan lainnya yang dilakukan PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* dalam menjalin hubungan dengan pemerintah dan masyarakat Cilacap yakni berupa kegiatan *Community Relations* ke berbagai wilayah di Kabupaten Cilacap. *Kegiatan Community Relations* yang disalurkan PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* selama ini berupa berbagai partisipasi kepada pemerintahan daerah dalam berbagai kegiatan sosial kemasyarakatan, seperti: bidang pendidikan, kebudayaan, olah raga, dll.

C. Hasil Penelitian

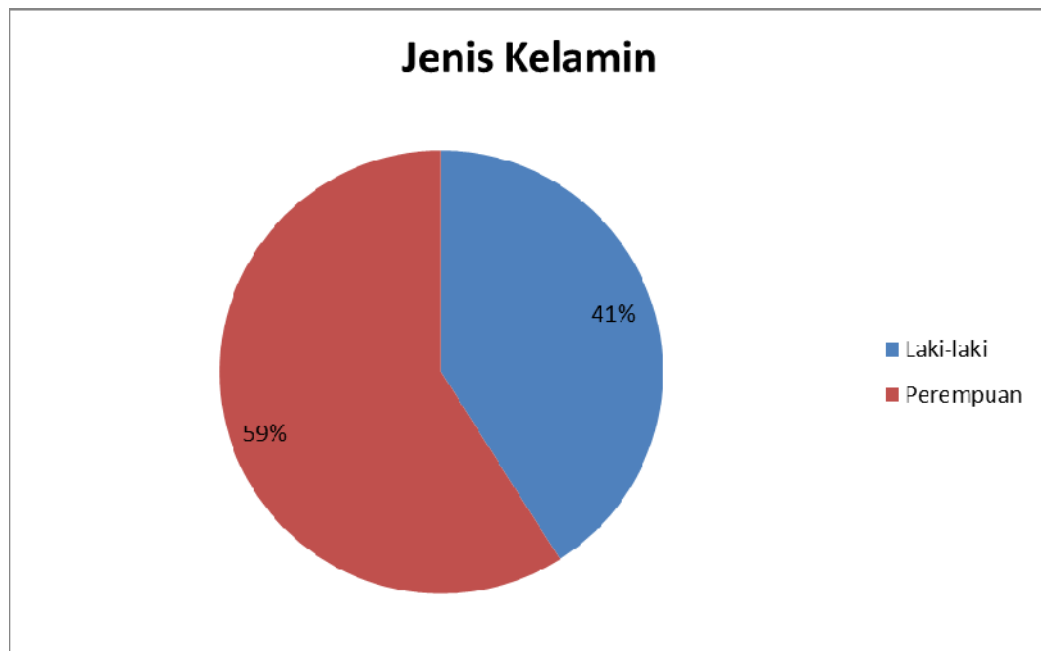
1. Karakteristik Penerima Program CSR PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap*

Karakteristik penerima program CSR PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* diidentifikasi dari faktor demografi responden yang terdiri dari

jenis kelamin, tingkat pendidikan, usia, status perkawinan dan pekerjaan penerima program CSR.

a. Jenis Kelamin

Jumlah responden sebagai subjek penelitian ada sebanyak 41 orang, yang terdiri dari 17 orang laki-laki dan 24 orang perempuan. Diagram untuk distribusi penerima program CSR PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Gambar 7.

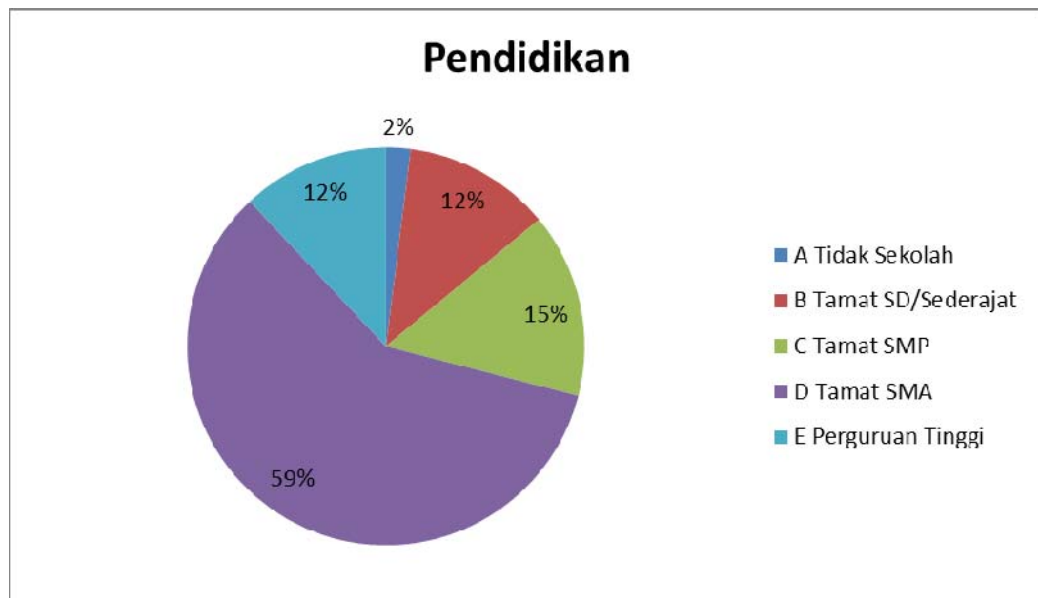


Gambar 7. Distribusi Penerima Program Berdasarkan Jenis Kelamin
Sumber : *Data diolah* (2013)

Pada diagram tersebut dapat kita ketahui bahwa responden laki-laki mewakili 41% dari keseluruhan sampel penelitian dan responden perempuan mewakili 59% dari keseluruhan sampel.

b. Tingkat Pendidikan

Dari total responden sebanyak 41 orang, terdapat perbedaan dalam hal tingkat pendidikan. Pada keseluruhan sampel, terdapat 1 orang tidak sekolah, 5 orang tamat SD/Sederajat, 6 orang tamat SMP, 24 orang tamat SMA, dan 5 orang lulus di perguruan tinggi. Gambar 8 menunjukkan distribusi penerima program CSR PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV* Cilacap berdasarkan tingkat pendidikan.



Gambar 8. Distribusi Penerima Program Berdasarkan Tingkat Pendidikan

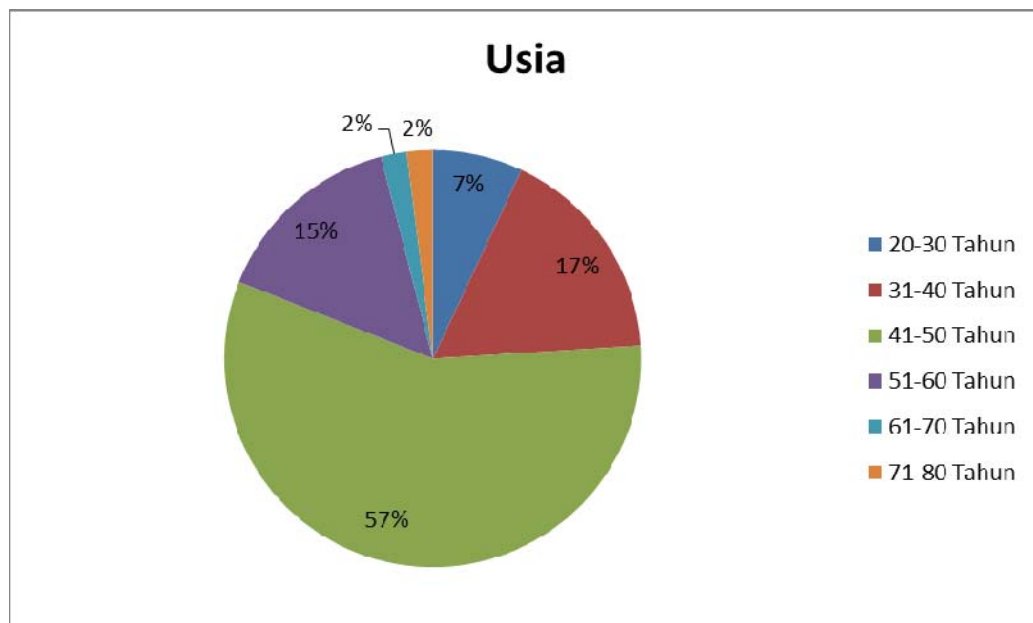
Sumber : *Data diolah* (2013)

Pada diagram tersebut dapat kita ketahui bahwa responden yang tidak sekolah sebanyak 2%, tamat SD/Sederajat sebanyak 12%, tamat SMP sebanyak 15%, tamat SMA sebanyak 59% dan lulus di perguruan tinggi sebanyak 12%. Responden yang merupakan tamatan SMA mendominasi distribusi penerima program CSR yang diselenggarakan oleh PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV* Cilacap, dimana jumlah terkecil ada pada responden yang tidak sekolah.

c. Usia

Distribusi penerima program CSR oleh PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* berdasarkan usia berpedoman pada pembagian kelas/golongan usia menjadi 6 kelompok, yaitu usia 20 – 30 tahun, usia 31 – 40 tahun, usia 41 – 50 tahun, usia 51 – 60 tahun, usia 61 – 70 tahun, dan usia 71 – 80 tahun.

Responden berusia 20 – 30 tahun ada sebanyak 3 orang, usia 31 – 40 tahun sebanyak 7 orang, usia 41 – 50 tahun sebanyak 23 orang, usia 51 – 60 tahun sebanyak 6 orang, usia 61 – 70 tahun sebanyak 1 orang, dan usia 71 – 80 tahun sebanyak 1 orang. Persentase untuk pendistribusian tersebut ditunjukkan pada Gambar 9.



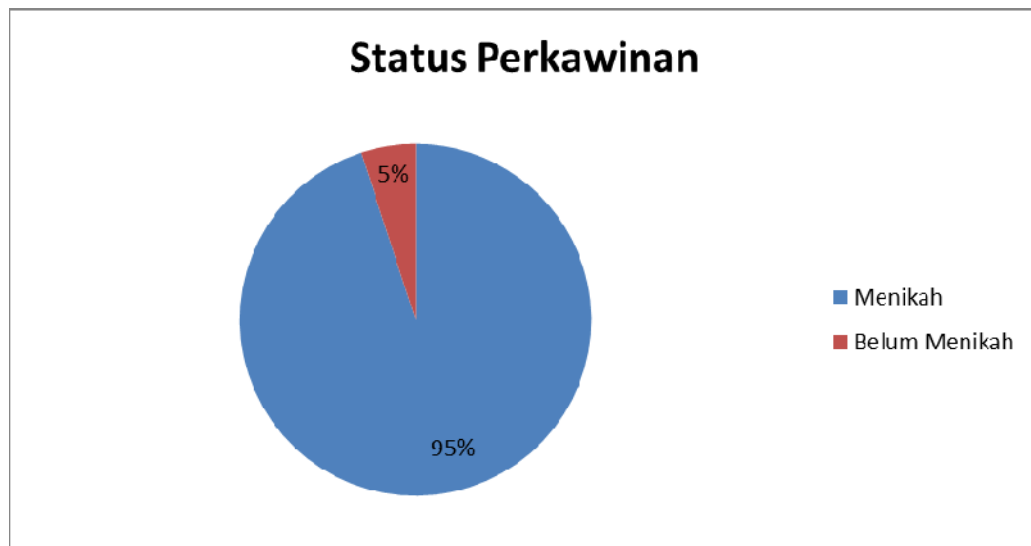
Gambar 9. Distribusi Penerima Program Berdasarkan Usia
Sumber : *Data diolah* (2013)

Pada diagram tersebut dapat kita ketahui bahwa responden pada kelas/golongan usia 20 – 30 tahun sebanyak 7%, usia 31 – 40 tahun sebanyak 17%, usia 41 – 50 tahun sebanyak 57%, usia 51 – 60 tahun sebanyak 15%, usia 61

– 70 tahun sebanyak 2% dan usia 71 – 80 tahun sebanyak 2%. Mayoritas penerima program CSR oleh PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* adalah masyarakat dari golongan usia 41 – 50 tahun, dan paling sedikit berada pada rentang usia 61 – 70 tahun dan 71 – 80 tahun.

d. Status perkawinan

Dari 41 responden, diperoleh data bahwa 39 responden telah menikah dan 2 responden belum menikah. Persentase untuk distribusi penerima program CSR PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* dapat dilihat pada Gambar 10.



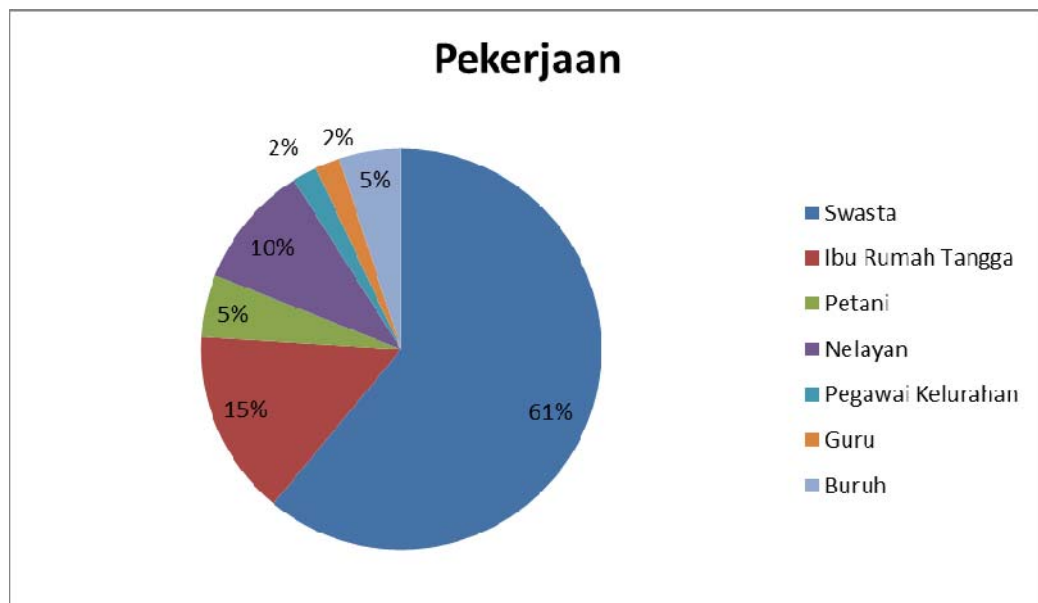
Gambar 10. Distribusi Penerima Program Berdasarkan Status Perkawinan
Sumber : *Data diolah (2013)*

Pada diagram tersebut dapat kita ketahui bahwa responden dengan status perkawinan belum menikah sebanyak 5% dan responden dengan status sudah menikah sebanyak 95%. Responden dengan status sudah menikah lebih banyak daripada responden dengan status belum menikah.

e. Pekerjaan

Dari sampel penelitian yang berjumlah 41 orang, diketahui distribusi jenis pekerjaan dari penerima program CSR PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap*. Ada 7 macam pekerjaan yang dimiliki oleh subjek penelitian, yaitu swasta, ibu rumah tangga, petani, nelayan, pegawai kelurahan, guru, dan buruh.

Subjek penelitian yang bekerja secara swasta ada sebanyak 26 orang (61%), ibu rumah tangga sebanyak 6 orang (15%), petani sebanyak 2 orang (5%), nelayan sebanyak 4 orang (10%), pegawai kelurahan, guru, dan buruh masing-masing sebanyak 1 orang (2%). Distribusi tersebut dapat dilihat pada Gambar 11.



Gambar 11. Distribusi Penerima Program Berdasarkan Pekerjaan
Sumber : *Data diolah* (2013)

Pada diagram tersebut dapat kita ketahui bahwa responden dengan pekerjaan swasta memiliki jumlah yang terbanyak, dan jumlah terkecil ditemui pada responden dengan pekerjaan pegawai kelurahan, guru dan buruh.

2. Program CSR PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap*

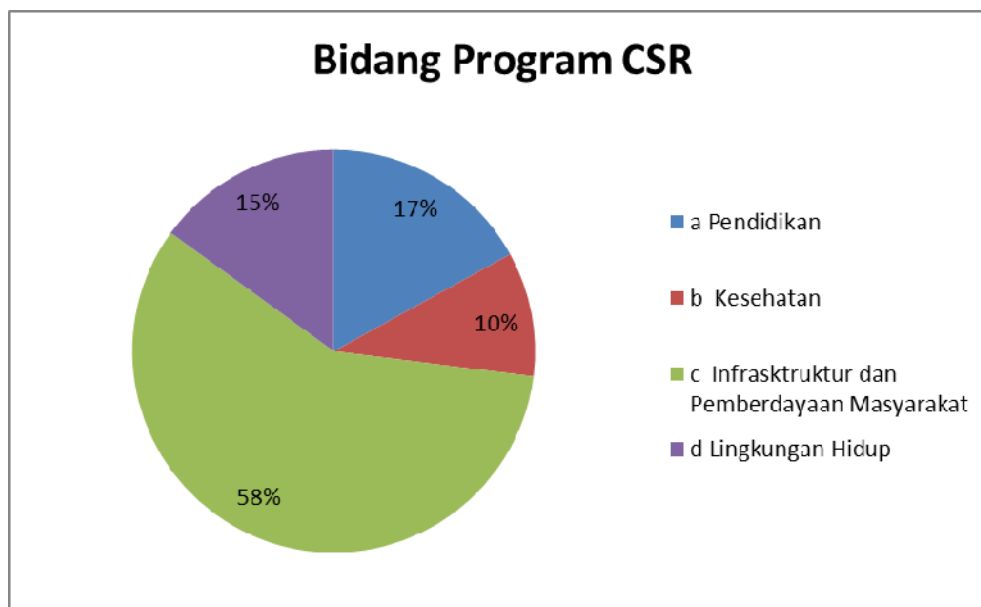
Program CSR yang terkait dengan penelitian ini adalah program CSR yang diselenggarakan oleh PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* selama satu tahun terakhir, yaitu tahun 2012. Program CSR PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* mencakup empat bidang, yaitu peningkatan kualitas pendidikan, pemberdayaan kesehatan, peningkatan kualitas lingkungan hidup, dan peningkatan infrastruktur dan pemberdayaan masyarakat serta melaksanakan suatu program khusus, yaitu Pertamina Peduli yang merupakan kepedulian perusahaan terhadap para korban bencana alam yang terjadi di tanah air. Tabel 6 menunjukkan program CSR PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* yang telah didata oleh pihak Hubmas CSR PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap*.

Tabel 8.
Program CSR PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* Tahun 2012

No.	Bidang	Jenis kegiatan/nama kegiatan	Lokasi
1.	Pendidikan	<ul style="list-style-type: none"> - Bantuan Pendidikan u/ Siswa/I Berprestasi Tk. SD, SMP, SMA & Perguruan Tinggi - Bantuan Sarana & Prasarana u/ sekolah 	Kab. Cilacap
2.	Infrastruktur & Pemberdayaan Masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> - Pelatihan Manajemen Usaha - Pelatihan Hasil Olahan Pangan - Pelatihan Selam - Pelatihan Abon Ikan - Pelatihan Las Listrik 6G - Pelatihan Teknisi Komputer - Pelatihan Olahan Jamur Tiram - Pelatihan Budidaya Kambing - Pelatihan Budidaya Kepiting (Lanjutan) 	Kab. Cilacap
3.	Kesehatan	<ul style="list-style-type: none"> - Penyuluhan Kesehatan dan Pelatihan Kecakapan Hidup WPS - Bantuan Alat Kesehatan 	Slarang, Cilacap Kab. Cilacap

No.	Bidang	Jenis kegiatan/nama kegiatan	Lokasi
4.	Lingkungan	- Penanaman Pohon - Penanaman Mangrove	Kab. Cilacap Kampung Laut

Berdasarkan kuesioner yang telah diisi oleh 41 responden, maka diperoleh data banyaknya responden yang menerima program CSR yang diselenggarakan oleh PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap*. Banyaknya responden yang menerima program CSR di bidang pendidikan adalah 7 orang (17%), di bidang kesehatan sebanyak 4 orang (10%), bidang infrastruktur dan pemberdayaan masyarakat sebanyak 24 orang (58%), dan bidang lingkungan hidup sebanyak 6 orang (15%) seperti yang terlihat pada Gambar 12.



Gambar 12. Bidang Program CSR
Sumber : *Data diolah* (2013)

Diagram pada Gambar 12 menunjukkan bahwa bantuan/program CSR yang diberikan Pertamina pada tahun 2012 yang terbanyak dialokasikan pada bidang infrastruktur dan pemberdayaan masyarakat, sedangkan bantuan/program CSR yang paling kecil dialokasikan pada bidang kesehatan.

3. Pengukuran Tingkat Partisipasi Masyarakat

Berdasarkan kuesioner yang telah dibagikan kepada responden, dapat diperoleh informasi mengenai data berikut.

Tabel 9. Skor Total Butir Tingkat Partisipasi Tahap Proses Pengambilan Keputusan tentang Rencana Kegiatan Partisipasi

Pernyataan	Tolok ukur	Skor	Median
Nomor 1	Mengetahui adanya program	184	123
Nomor 2	Ikut perencanaan	164	123
Nomor 3	Mengetahui perencanaan	161	123
Total		509	
Nilai terendah		161	
Nilai tertinggi		184	
Rata-rata		169,67	123

Sumber: *Data diolah* (2013)

Berdasarkan Tabel 9, tampak bahwa skor tertinggi terletak pada tolak ukur “mengetahui program CSR dari pihak yang dipercaya” dengan skor 184. Skor terendah berada pada tolak ukur “mengetahui adanya kegiatan musyawarah perencanaan program CSR” dengan skor 164. Dari ketiga tolak ukur tahap proses pengambilan keputusan tentang rencana kegiatan partisipasi, diperoleh rerata sebesar 169,67.

Tabel 10. Skor Total Butir Tingkat Partisipasi Tahap Proses Pelaksanaan Kegiatan Partisipasi

Pernyataan	Tolok ukur	Skor	Median
Nomor 4	Mengusulkan kegiatan program	162	123
Nomor 5	Mengikuti kegiatan program	167	123
Nomor 7	Mengikuti tahap pelaporan	170	123
Total		499	
Nilai terendah		162	
Nilai tertinggi		170	
Rata-rata		166,33	123

Sumber: *Data diolah* (2013)

Berdasarkan Tabel 10, diketahui bahwa skor yang paling tinggi terletak pada tolok ukur “masyarakat ikut dalam tahap pelaporan program CSR” dengan skor 170, dan skor terendah 162 berada pada tolok ukur “masyarakat ikut mengusulkan kegiatan program CSR”. Rata-rata dari ketiga tolok ukur untuk tahap pelaksanaan kegiatan partisipasi adalah 166,33.

Tabel 11. Skor Total Butir Tingkat Partisipasi Tahap Evaluasi

Pernyataan	Tolok ukur	Skor	Median
Nomor 6	Mengevaluasi program	156	123
Total		156	123

Sumber: *Data diolah* (2013)

Berdasarkan Tabel 11, karena pada tolok ukur tahap evaluasi hanya terdiri dari satu tolok ukur saja, yaitu “masyarakat ikut mengevaluasi program CSR”, maka langsung dinyatakan bahwa skor pada indikator tahap evaluasi sebesar 156.

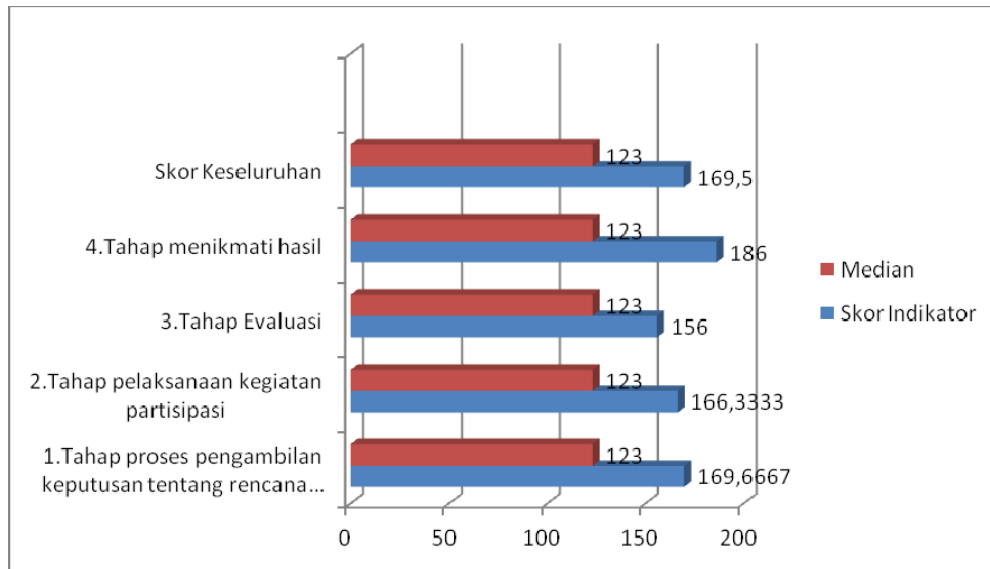
Tabel 12. Skor Total Butir Tingkat Partisipasi Tahap Menikmati Hasil

Pernyataan	Tolok ukur	Skor	Median
Nomor 8	Merasakan manfaat program	186	123
Total		186	123

Sumber: *Data diolah* (2013)

Berdasarkan Tabel 12, karena pada tolok ukur tahap menikmati hasil hanya terdiri dari satu tolok ukur saja, yaitu “masyarakat merasakan manfaat program CSR”, maka langsung dinyatakan bahwa skor pada indikator tahap menikmati hasil sebesar 186.

Berdasarkan pengukuran tiap indikator berdasarkan jawaban responden, maka tingkat partisipasi masyarakat dapat diilustrasikan pada diagram berikut.



Gambar 13. Skor Indikator Tingkat Partisipasi Masyarakat terhadap Program CSR
Sumber : *Data diolah* (2013)

Dari diagram tersebut dapat diketahui bahwa skor masing-masing indikator yang ada yaitu pada tahap proses pengambilan keputusan tentang rencana kegiatan partisipasi sebesar 169,67, tahap pelaksanaan kegiatan partisipasi sebesar 166,33, tahap evaluasi sebesar 156 dan tahap menikmati hasil sebesar 186 dengan total skor keseluruhan sebesar 169,5 berada pada area di atas median (123).

4. Pengukuran Tingkat Kepuasan Masyarakat

Berdasarkan kuesioner yang telah dibagikan kepada responden, dapat diperoleh informasi mengenai data berikut:

Tabel 13. Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja

No.	Faktor	Rata-rata		
		Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja	Selisih
1	Penguasaan materi program CSR	4,63	4,32	-0,33
2	Ketepatan waktu penerimaan program CSR	4,41	4,10	-0,31

No.	Faktor	Rata-rata		
		Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja	Selisih
3A	Perencanaan program CSR	4,44	4,24	-0,20
3B	Pelaksanaan program CSR	4,41	4,29	-0,12
3C	Monitoring program CSR	4,49	4,15	-0,34
3D	Evaluasi program CSR	4,39	4,15	-0,24
4	Penggunaan metode/alat bantu pada program CSR	4,15	4,20	0,05
5	Daya, simpati dan sikap	4,51	4,41	-0,10
6A	Komunikasi penyampaian program CSR	4,71	4,54	-0,17
6B	Bahasa penyampaian program CSR	4,51	4,39	-0,12
7	Pencapaian tujuan dan harapan		4,51	
8	Pemberian motivasi pada program CSR	4,63	4,41	-0,22
9	Kesempatan berpendapat	4,41	4,41	0
10	Kepuasan masyarakat	4,56	4,49	-0,07
	Rata-rata	4,48	4,33	-0,17

Sumber: *Data diolah* (2013)

D. Pembahasan Penelitian

1. Pengukuran Tingkat Partisipasi Masyarakat

Pada bagian ini akan diukur mengenai tingkat partisipasi masyarakat berdasarkan tolok ukur yang ada pada masing-masing indikator. Data yang diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan Microsoft Excel, untuk mempermudah pengolahan data. Berikut adalah penjelasannya.

a. Tahap proses pengambilan keputusan tentang rencana kegiatan partisipasi

Indikator ini memiliki tiga tolok ukur, yaitu “masyarakat mengetahui program CSR dari pihak yang dipercaya” (P1), “masyarakat ikut berpartisipasi dalam musyawarah perencanaan program CSR” (P2), dan “masyarakat mengetahui adanya kegiatan musyawarah perencanaan program CSR” (P3).

Seperti kita ketahui bahwa pada setiap awal pengusulan program CSR di PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* selalu memperhatikan kebutuhan masyarakat melalui *social mapping* yang dilakukan oleh institusi resmi lain/pihak akademisi. Setelah adanya dasar kebutuhan maka dilakukan mekanisme *bottom to top*, yaitu persetujuan dari bawah kepada pihak PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* yang nantinya akan memberikan *feedback*. Setelah itu Pertamina akan memberikan/menerbitkan program CSR yang telah disetujui dari pimpinan pusat.

Pada hasil kuesioner dapat kita lihat bahwa masyarakat mengetahui program CSR dari pihak yang dipercaya pada skor 184, yang artinya pemberitahuan penerbitan program CSR yang dikeluarkan PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* setelah adanya *social mapping* (musyawarah perencanaan program) telah baik.

Kemudian pada tolok ukur masyarakat ikut berpartisipasi dalam musyawarah perencanaan program CSR berada pada skor 164 dan tolok ukur masyarakat mengetahui adanya kegiatan musyawarah perencanaan program CSR berada pada skor 161. Hal ini menunjukkan bahwa keterlibatan masyarakat pada *social mapping* yang dilakukan oleh institusi resmi lain/pihak akademisi tergolong cukup aktif. Secara keseluruhan skor yang diperoleh pada indikator ini sebesar 169,67 (terletak antara kuartil III dan nilai maksimal) dan berada pada kategori aktif.

b. Tahap pelaksanaan kegiatan partisipasi

Indikator ini terkait dengan pelaksanaan program CSR yang dijalankan pada tahun 2012 pada seluruh bidang, yaitu pendidikan, kesehatan, infrastruktur dan pemberdayaan masyarakat serta lingkungan hidup. Indikator ini memiliki tiga tolok ukur, yaitu “masyarakat ikut mengusulkan kegiatan program CSR” (P4), “masyarakat mengikuti kegiatan program CSR” (P5), dan “masyarakat ikut dalam tahap pelaporan program CSR” (P7).

Dapat diketahui bahwa pelaksanaan/realisasi program CSR PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* pada tolok ukur “masyarakat ikut mengusulkan kegiatan program CSR” berada pada skor 162, artinya pelaksanaan program bantuan cukup aktif diusulkan dari masyarakat. Usulan tersebut dapat berupa inisiatif mengenai kegiatan administrasi dan koordinasi atas berlangsungnya kegiatan program CSR dari masyarakat.

Tolok ukur “masyarakat mengikuti kegiatan program CSR” berada pada skor 167. Skor tersebut menunjukkan bahwa masyarakat sebagai penerima program CSR aktif dalam mengikuti kegiatan program bantuan yang diberikan. Setelah kegiatan program dilaksanakan, maka dibentuknya suatu pelaporan mengenai kegiatan program bantuan, baik laporan berupa kemajuan usahanya atau bentuk manfaat yang dirasakan oleh penerima program CSR.

Tolok ukur “masyarakat ikut dalam tahap pelaporan program CSR” berada pada skor 170. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat dinilai aktif dalam memberikan pelaporan kegiatan program CSR yang diselenggarakan oleh PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap*. Pada kenyataan di lapangan, dapat diketahui bahwa laporan yang diberikan oleh penerima program CSR dilakukan

per triwulan. Secara keseluruhan skor yang diperoleh pada indikator ini sebesar 166,33 (terletak antara kuartil III dan nilai maksimal) dan berada pada kategori aktif.

c. Tahap Evaluasi

Indikator ini hanya memiliki satu tolok ukur saja, yaitu “masyarakat ikut mengevaluasi program CSR” (P6). Partisipasi dalam tahap evaluasi merupakan tahap yang penting bagi para pengambil keputusan untuk memperoleh masukan mengenai pelaksanaan program.

Berdasarkan hasil perhitungan, dapat diketahui bahwa tolok ukur “masyarakat ikut mengevaluasi program CSR” berada pada skor 156. Hal ini menunjukkan bahwa peran masyarakat dalam mengevaluasi program CSR dinilai cukup aktif. Evaluasi yang dilakukan oleh PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* terselenggara dengan melibatkan masyarakat yang bertujuan untuk memberi masukan terhadap pelaksanaan kegiatan program CSR. Skor yang diperoleh pada indikator ini sebesar 156 (terletak antara median dan kuartil III) dan berada pada kategori cukup aktif.

d. Tahap Menikmati Hasil

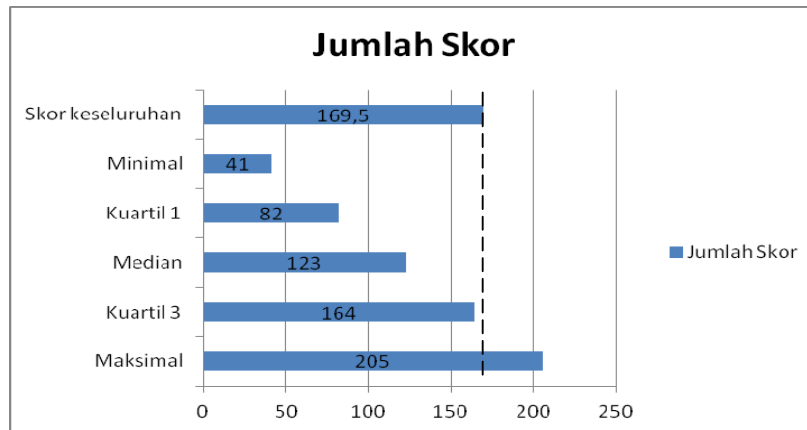
Indikator ini mewakili tahap terakhir dari partisipasi dan hanya memiliki satu tolok ukur saja, yaitu “masyarakat merasakan manfaat program CSR” (P8). Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan sebelumnya, dapat diketahui bahwa tolok ukur “masyarakat ikut merasakan manfaat program CSR” berada pada skor yang cukup tinggi, yaitu 186. Hal ini menunjukkan bahwa pemberian program bantuan yang diberikan oleh PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV*

Cilacap dinilai baik dalam hal ketepatangunaan sasaran. Skor yang diperoleh pada indikator ini sebesar 186 (terletak antara kuartil III dan nilai maksimal) dan berada pada kategori aktif.

e. Tingkat Partisipasi Masyarakat

Dari hasil pengukuran tingkat partisipasi masyarakat yang dilakukan pada setiap tolak ukur yang ada, kita dapat mengetahui berapa skor yang diperoleh oleh masing-masing indikator. Berdasarkan hasil tersebut, kita juga dapat mengetahui seberapa besar tingkat partisipasi masyarakat, dengan melihat skor keseluruhan yang diperoleh berdasarkan indikator-indikator yang ada, seperti yang telah ditunjukkan dalam Gambar 13 pada penjabaran hasil penelitian.

Skor masing-masing indikator yang ada yaitu pada tahap proses pengambilan keputusan tentang rencana kegiatan partisipasi (169,67), tahap pelaksanaan kegiatan partisipasi (166,33), tahap evaluasi (156), dan tahap menikmati hasil (186) berada pada area di atas median (123). Hal ini menunjukkan bahwa dari partisipasi masyarakat dalam program CSR yang diselenggarakan oleh PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* meliputi semua tahapan partisipasi. Masyarakat secara aktif terlibat dalam program CSR dari awal hingga akhir.



Gambar 14. Skor Kategori Tingkat Partisipasi Masyarakat terhadap Program CSR
Sumber : *Data diolah* (2013)

Besarnya tingkat partisipasi masyarakat secara umum dapat dilihat dari skor keseluruhan yang diperoleh. Seperti yang telah ditunjukkan dalam Gambar 14, skor keseluruhan yang diperoleh adalah 169,5. Skor tersebut terletak di antara kuartil III dan nilai maksimal, atau pada area sangat positif. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa tingkat partisipasi masyarakat penerima program CSR PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* dalam mengikuti tahap awal hingga tahap akhir dapat dikatakan aktif. Apabila dipersentasekan, maka besarnya tingkat partisipasi adalah:

$$\begin{aligned}
 \text{Tingkat partisipasi} &= \frac{X}{X_{\max}} \times 100\% \\
 &= \frac{169,5}{205} \times 100\% \\
 &= 83\%
 \end{aligned}$$

Persentase tersebut semakin mendukung kesimpulan bahwa tingkat partisipasi masyarakat tergolong positif dalam mengikuti program CSR PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* dari tahap awal hingga tahap akhir.

2. Analisis IPA Pada Tingkat Kepuasan Masyarakat

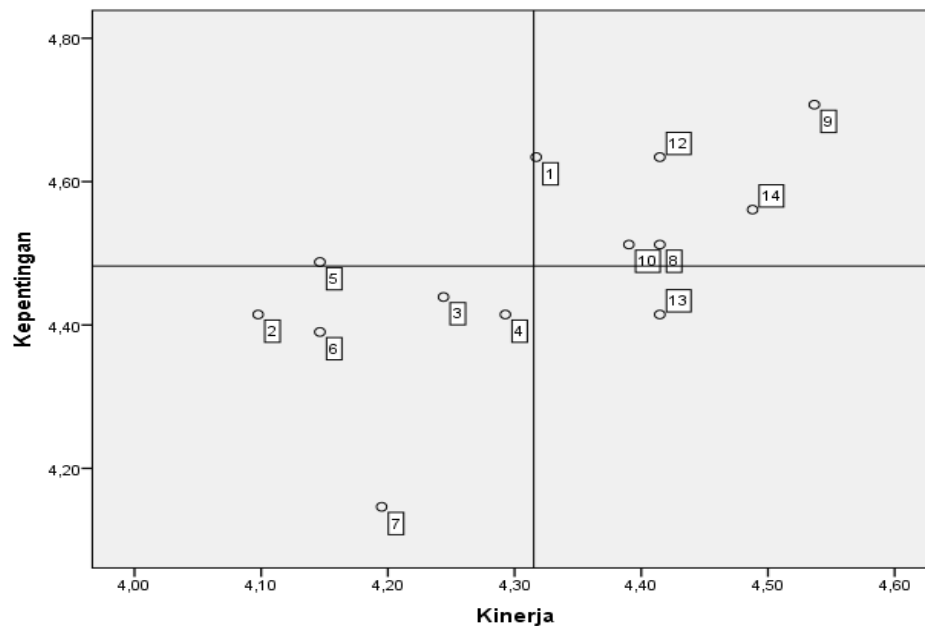
Untuk melakukan analisis IPA pada tingkat kepuasan masyarakat terdapat pada dua aspek, yaitu penilaian tingkat kepentingan dan kinerja pada program CSR yang diberikan. Hasil pengolahan data kuesioner yang menunjukkan nilai rerata penilaian tingkat kepentingan dan kinerja program CSR PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* ditunjukkan dalam Tabel 13 pada penjabaran hasil penelitian.

Nilai rata-rata untuk tingkat kepentingan tergolong cukup tinggi, yaitu 4,48. Nilai tingkat kepentingan tertinggi terletak pada faktor komunikasi penyampaian program CSR dengan nilai 4,71. Sementara nilai tingkat kepentingan terendah terletak pada penggunaan metode atau alat bantu pada program CSR dengan nilai sebesar 4,15.

Nilai rerata tingkat kinerja pada hasil pengolahan kuesioner juga cukup tinggi yaitu sebesar 4,33. Nilai tingkat kinerja tertinggi terletak pada aspek komunikasi penyampaian program CSR dengan nilai 4,54. Sementara itu, nilai tingkat kinerja terendah terletak pada aspek ketepatan waktu penerimaan program CSR, yaitu sebesar 4,10.

Meskipun penilaian tingkat kepentingan relatif tinggi, hal ini tidak mengindikasikan bahwa masyarakat puas terhadap program CSR yang diberikan. Hal ini disebabkan tingkat kinerjapun relatif tinggi. Pada metode *Important Performance Analysis*, untuk melihat tingkat kepuasan masyarakat perlu dilakukan analisis kuadran. Grafik yang digunakan untuk kepentingan ini

memakai nilai rata-rata pada skala pengukuran tingkat kinerja dan tingkat kepentingan sebagai garis pemisah antar kuadran. Hasil pemetaan dapat dilihat pada Gambar 15.



Gambar 15. Rata-rata Hasil Pengukuran Tingkat Kepentingan dan Kinerja
Sumber : *Data diolah* (2013)

Pada Gambar 15 terlihat bahwa responden menyatakan bahwa faktor yang paling banyak terdapat pada Kuadran 1 (Pertahankan Kinerja) dan yang terbanyak kedua pada Kuadran 3 (Prioritas Rendah) atau dapat pula disimpulkan bahwa secara umum kualitas program CSR PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV* Cilacap pada saat ini sudah sesuai dengan keinginan masyarakat.

Meskipun hasil analisis menunjukkan bahwa secara umum kualitas program CSR pada saat ini sudah sesuai dengan keinginan masyarakat, akan tetapi nilai rata-rata penilaian kinerja masih dapat ditingkatkan. Untuk dapat melakukan prioritas perbaikan, pada metode *Importance Performance Analysis* dapat diketahui faktor-faktor mana sajakah yang masuk pada kuadran 1, kuadran 2,

kuadran 3 maupun kuadran 4. Berikut ini merupakan pengelompokan tiap faktor yang menunjukkan suatu analisis yang menuju pada prioritas penanganan.

a. Kuadran 1

Berdasarkan Gambar 14, faktor yang masuk pada kuadran 1 (Pertahankan Kinerja) adalah penguasaan materi program CSR, daya simpati dan sikap, komunikasi penyampaian program CSR, bahasa penyampaian program CSR, pemberian motivasi pada program CSR, dan kepuasan masyarakat. Enam faktor tersebut merupakan faktor terbanyak pada analisis kuadran. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut merupakan faktor yang dianggap prioritas penanganannya tinggi, dan secara relatif sudah memuaskan masyarakat. Hal ini perlu dipertahankan oleh PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* khususnya pada bagian manajemen Hubmas CSR berkewajiban memastikan bahwa kinerja faktor tersebut terus dipertahankan pada tingkatan yang telah dicapai.

b. Kuadran 2

Faktor kinerja yang terletak pada kuadran ini dianggap sebagai faktor yang prioritas penanganannya tinggi, namun ternyata kondisi pada saat ini belum memuaskan masyarakat secara relatif dibandingkan faktor lainnya. Hal ini menjadi masukan bagi PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* untuk meningkatkan faktor yang ada pada kuadran ini. Faktor yang terletak pada kuadran ini merupakan prioritas tertinggi untuk ditingkatkan prestasi kinerjanya, yaitu pada faktor sistematika program CSR yaitu monitoring program CSR.

c. Kuadran 3

Berdasarkan Gambar 14, faktor yang masuk pada kuadran 3 (Prioritas Rendah) adalah ketepatan waktu penerimaan program CSR, sistematika program CSR (perencanaan program CSR, pelaksanaan program CSR, evaluasi program CSR), dan penggunaan metode atau alat bantu pada program CSR. Faktor yang terletak pada kuadran ini mempunyai tingkat kepuasan yang rendah secara relatif dibandingkan faktor lainnya dan dianggap prioritas untuk memperbaiki faktor tersebut tergolong rendah. Dengan demikian, pihak manajemen tidak perlu memberikan perhatian pada faktor-faktor tersebut bahkan dapat diabaikan di masa-masa mendatang.

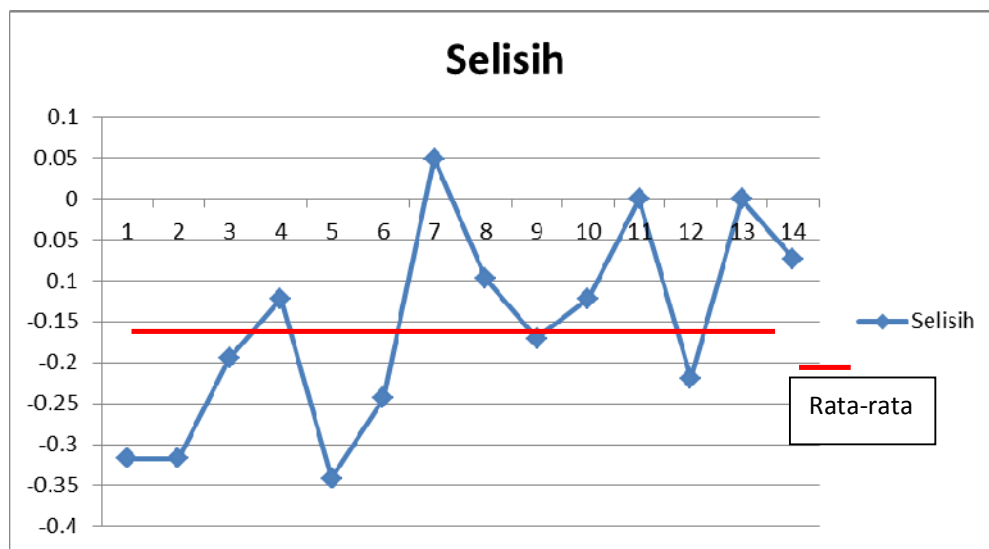
d. Kuadran 4

Faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap sudah memuaskan masyarakat, dan prioritas untuk memperbaiki faktor tersebut tergolong rendah. Oleh karena itu, manajemen tidak perlu terlalu banyak mengalokasikan sumber daya yang terkait dengan faktor-faktor tersebut, namun sebaliknya dapat mengalokasikan sumber daya tersebut kepada faktor-faktor lain yang mempunyai prioritas penanganan lebih tinggi yang masih membutuhkan peningkatan. Faktor yang masuk pada kuadran 4 (Cenderung Berlebihan), yaitu kesempatan berpendapat.

3. Analisis Kesenjangan Pada Tingkat Kepuasan Masyarakat

Analisis kesenjangan menunjukkan selisih rata-rata penilaian tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan. Analisis kesenjangan digunakan untuk

mengetahui faktor mana sajakah yang memerlukan perbaikan. Berdasarkan tabel 10 dapat dilihat bahwa rata-rata selisih penilaian tingkat kinerja dengan penilaian tingkat kepentingan bernilai negatif. Plot analisis kesenjangan menunjukkan pelaksanaan seluruh faktor tanggung jawab sosial perusahaan oleh PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* berada di bawah harapan masyarakat, seperti yang ditunjukkan oleh Gambar 16.



Gambar 16. Plot Selisih Bobot Kepuasan dengan Kepentingan
Sumber : *Data diolah (2013)*

Terdapat tujuh faktor yang berada di atas garis rata-rata, yang artinya faktor tersebut menunjukkan kinerja baik. Faktor tersebut adalah: faktor keempat – pelaksanaan program CSR (sistematika program CSR); faktor ketujuh – penggunaan metode/alat bantu pada program CSR; faktor kedelapan – daya simpati dan sikap; faktor kesepuluh – bahasa penyampaian program CSR (Penyampaian program CSR); faktor kesebelas – pencapaian tujuan dan harapan; faktor ketigabelas – kesempatan berpendapat; dan faktor keempatbelas – kepuasan

masyarakat. Di antara faktor-faktor tersebut, kinerja paling baik ditunjukkan oleh faktor penggunaan metode/alat bantu pada program CSR.

Wawancara dengan Hubmas PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* dan masyarakat sekitar menyatakan, bahwa PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* memiliki fasilitas yang cukup lengkap dan sarana yang memadai untuk mendukung pelaksanaan program CSR, seperti fasilitas balai tempat pelatihan, rumah sakit Pertamina Cilacap (RSPC) pada bidang kesehatan, berbagai macam bibit tanaman pada bidang lingkungan hidup dan lain-lain.

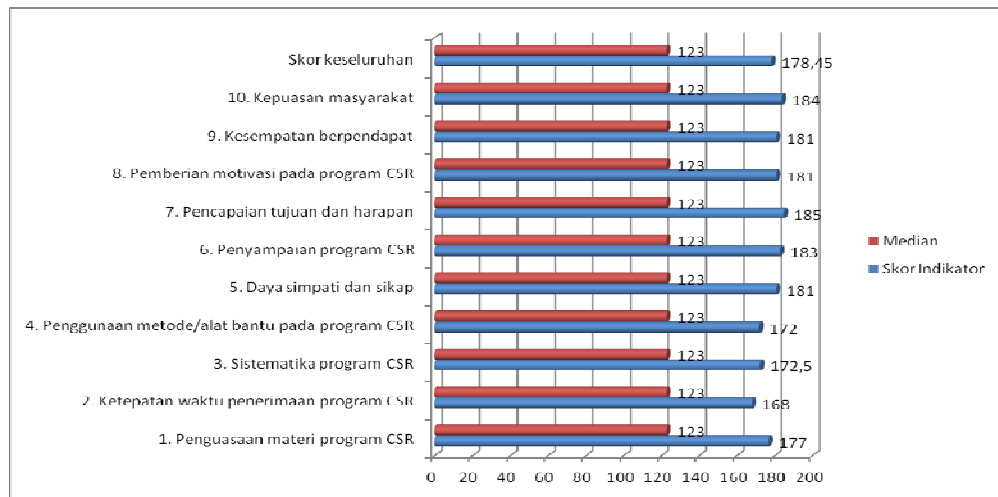
Selain faktor dengan kinerja baik, terdapat faktor yang perlu ditingkatkan kinerjanya, yaitu faktor yang berada di bawah garis rata-rata, meliputi: faktor pertama – penguasaan materi program CSR; faktor kedua – ketepatan waktu penerimaan program CSR; faktor ketiga – perencanaan program CSR (Sistematika program CSR); faktor kelima – monitoring program CSR (Sistematika program CSR); faktor keenam – evaluasi program CSR (Sistematika program CSR); faktor kesembilan – komunikasi penyampaian program CSR (Penyampaian program CSR); dan faktor ketigabelas – pemberian motivasi pada program CSR. Dari tujuh faktor tersebut, yang memiliki nilai terendah adalah monitoring program CSR (Sistematika program CSR). Monitoring program dianggap memiliki tingkat kepentingan yang tinggi oleh masyarakat, namun dalam pelaksanaannya dinilai kurang maksimal oleh masyarakat.

Hubmas PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* menyatakan perusahaan bekerja sama dengan masyarakat mengenai monitoring program, bahwa masyarakat membantu Pertamina dalam memberikan laporan usahanya per

triwulan. Hal ini ditemukan pada bidang infrastruktur dan pemberdayaan masyarakat seperti pada pelatihan budidaya kambing, pelatihan budidaya kepiting lanjutan, pelatihan manajemen usaha dan lain-lain. Pada hal ini terdapat kendala yang dihadapi oleh masyarakat untuk menyusun suatu laporan yang berbasis pada finansial (keuangan), sehingga masyarakat terkadang tidak disiplin dalam memberikan suatu laporan mengenai perkembangan usahanya terhadap PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap*. Pemberian pelatihan penyusunan suatu laporan yang berbasis keuangan dapat dijadikan saran untuk program ke depan, sehingga masyarakat dapat memberikan laporan usahanya dengan baik.

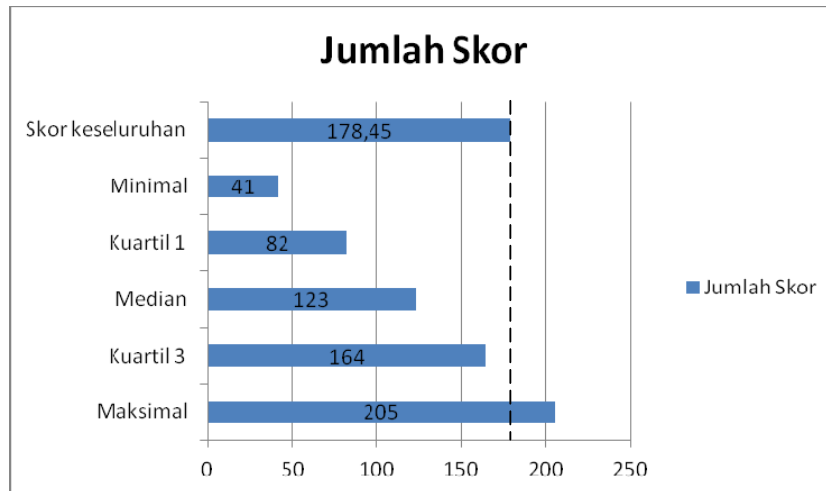
4. Pengukuran Tingkat Kepuasan Masyarakat

Dari hasil kuesioner pengukuran tingkat kinerja program CSR yang diterima oleh masyarakat, dapat dilihat sampai sejauh manakah tingkat kepuasan masyarakat yang terdiri dari sepuluh faktor. Gambar 17 menunjukkan diagram skor tingkat kinerja masyarakat terhadap program CSR PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap*.



Gambar 17. Skor Faktor Tingkat Kinerja Masyarakat terhadap Program CSR
Sumber : *Data diolah (2013)*

Dari diagram tersebut dapat diketahui bahwa skor masing-masing faktor yang ada yaitu pada penguasaan materi program CSR (177), ketepatan waktu penerimaan program CSR (168), sistematika program CSR (172,5), penggunaan metode/alat bantu pada program CSR (172), daya simpati dan sikap (181), penyampaian program CSR (183), pencapaian tujuan dan harapan (185), pemberian motivasi pada program CSR (181), kesempatan berpendapat (181), dan kepuasan masyarakat (184) berada pada area di atas median (123). Hal ini menunjukkan bahwa dari semua faktor yang ada, sudah dapat dipenuhi kepuasannya pada program CSR PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap*.



Gambar 18. Skor Indikator Kategori Tingkat Kepuasan Masyarakat terhadap Program CSR

Sumber : *Data diolah* (2013)

Untuk mengetahui besarnya tingkat kepuasan masyarakat, dapat dilihat dari skor keseluruhan yang diperoleh. Pada gambar 18 terlihat bahwa skor keseluruhan yang diperoleh sebesar 178,45. Skor tersebut berada diantara kuartil III dan nilai maksimal, atau pada area sangat positif. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa tingkat kepuasan masyarakat penerima program CSR PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* dikategorikan tinggi. Dengan kata lain, masyarakat dapat dikatakan puas terhadap pemberian program CSR oleh PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap*. Apabila dipersentasekan, maka besarnya tingkat kepuasan adalah:

$$\begin{aligned}
 \text{Tingkat kepuasan} &= \frac{X}{X_{\max}} \times 100\% \\
 &= \frac{178,45}{205} \times 100\% \\
 &= 87\%
 \end{aligned}$$

Nilai persentase tersebut mendukung kesimpulan bahwa tingkat kepuasan masyarakat terhadap pemberian program CSR PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* positif dan dinyatakan puas.

E. Kelemahan Penelitian

Pada penelitian ini, dapat ditemukan beberapa kelemahan, yaitu :

1. Karena keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya, jumlah sampel yang diambil pada penelitian ini adalah 41 responden, dimana responden tersebut merupakan penerima seluruh program CSR pada tahun 2012 yang telah didata oleh Pertamina Cilacap pada program pelatihan *enterpreneurship* dan *outbond*. Pertamina sendiri yang menyarankan dan merekomendasikan pembagian kuesioner pada acara tersebut, karena responden yang telah didata benar-benar mengetahui secara kompeten, mulai dari perancangan dan penyusunan suatu program CSR, serta sebagai penerima manfaat program CSR Pertamina Cilacap.
2. Pada uji validitas konstruk kuesioner, adanya satu butir faktor yang ternyata tidak valid, yaitu pada aspek kepentingan mengenai pentingnya pencapaian tujuan dan harapan program CSR. Oleh karena itu, perhitungan data mengenai pentingnya pencapaian tujuan dan harapan program CSR tidak digunakan dalam perhitungan tabulasi data.
3. Penilaian pada objek penelitian, yaitu program CSR Pertamina pada tahun 2012 masih ada kekurangan yang belum diteliti. Kekurangan tersebut terdapat pada bidang program CSR Pertamina berupa *community relations*, yaitu bidang program CSR yang berhubungan dengan pemerintah.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Tingkat partisipasi masyarakat dalam program CSR yang diselenggarakan oleh PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* periode tahun 2012 berada pada kategori aktif. Partisipasi masyarakat meliputi tahap proses pengambilan keputusan tentang rencana kegiatan partisipasi, tahap pelaksanaan kegiatan partisipasi, tahap evaluasi dan tahap menikmati hasil.
2. Tingkat kepuasan masyarakat terhadap program CSR periode tahun 2012 yang diselenggarakan oleh PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* berada pada kategori puas. Tingkat kepuasan tersebut dinilai dari aspek kepentingan dan kinerja, yang terdiri dari 10 faktor, yaitu penguasaan materi program CSR, ketepatan waktu penerimaan program CSR, sistematika program CSR, penggunaan metode/alat bantu pada program CSR, daya simpati dan sikap, penyampaian program CSR, pencapaian tujuan dan harapan, pemberian motivasi pada program CSR, kesempatan berpendapat, dan kepuasan masyarakat.
3. Tingkat partisipasi masyarakat terhadap perancangan dan perencanaan program CSR pada tahap proses pengambilan keputusan tentang rencana kegiatan partisipasi berada pada kategori aktif.
4. Tingkat partisipasi masyarakat terhadap perancangan dan perencanaan program CSR pada tahap pelaksanaan kegiatan partisipasi berada pada kategori aktif.

5. Tingkat partisipasi masyarakat terhadap perancangan dan perencanaan program CSR pada tahap evaluasi berada pada kategori cukup aktif.
6. Tingkat partisipasi masyarakat terhadap perancangan dan perencanaan program CSR pada tahap menikmati hasil berada pada kategori aktif.
7. Persepsi masyarakat terhadap tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atas program CSR yang telah dilaksanakan terdapat 7 faktor yang dinilai kinerjanya sudah baik, yaitu : pelaksanaan program CSR (sistematika program CSR); penggunaan metode/alat bantu pada program CSR; daya simpati dan sikap; bahasa penyampaian program CSR (Penyampaian program CSR); pencapaian tujuan dan harapan; kesempatan berpendapat; dan faktor kepuasan masyarakat. Adapun 7 faktor yang dinilai kinerjanya harus diperbaiki, yaitu penguasaan materi program CSR; ketepatan waktu penerimaan program CSR; perencanaan program CSR (Sistematika program CSR); monitoring program CSR (Sistematika program CSR); evaluasi program CSR (Sistematika program CSR); komunikasi penyampaian program CSR (Penyampaian program CSR); dan faktor pemberian motivasi pada program CSR.

B. Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya, dapat disarankan untuk mengambil objek penelitian yaitu program CSR pada 2 tahun yang berbeda, sehingga dapat dilakukannya suatu perbandingan partisipasi dan kepuasan masyarakat dari tahun ke tahun.

2. Untuk peneliti selanjutnya, dapat disarankan untuk menilai program CSR PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* pada bagian *community relations*, yaitu bidang program CSR yang berhubungan dengan pemerintah.
3. Bagi perusahaan, yaitu PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* disarankan untuk memberikan bantuan berupa program pelatihan penyusunan laporan yang berbasis finansial (keuangan) bagi masyarakat, guna meningkatkan kinerja pada faktor monitoring program CSR yang dilakukan. Dimana pada monitoring program CSR yang dilakukan, diperlukan adanya koordinasi yang baik antara masyarakat sebagai penerima program CSR dengan pihak Hubmas PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambadar, Jacky. (2008). *Corporate Social Responsibility dalam Praktik di Indonesia: Wujud Kepedulian Dunia Usaha*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Bangun, Elisa Monika. (2006). “Pengaruh Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* Beasiswa pada Citra Perusahaan.” *Skripsi*. Universitas Sumatra Utara.
- Budimanta, Arif dkk. (2004). *Corporate Social Responsibility: Jawaban Bagi Model Pembangunan Masa kini*.
- Crosby, Lawrence A. and Nancy Stephens. (1987), “Effects of Relationship Marketing on Satisfaction, Retention, and Prices in the Life Insurance Industry”, *Journal of Marketing Research*, vol. 24, no. 4, p 404-411.
- Dharmayanti, Diah. (2006). ‘Analisis Dampak *Service Performance* dan Kepuasan Sebagai *Moderating Variable* terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah Tabungan Bank Mandiri Cabang Surabaya).’ *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1 No.1, Hal. 35 – 43.
- Gul , W. (2002). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Harahap, Sofyan Syafri. (2002). *Teori Akuntansi*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Havitz dkk. (1991). *Multivariate Data Analysis With Readings*
- Hurley dan Estamy. (1998). *Globalization of Communication*.
- IAI. (2002). *Standar Akuntansi Keuangan*. Salemba Empat.
- Ife dan Tesoriero F. (2006). *Community Development: Alternatif Pengembangan Masyarakat di Era Globalisasi*. Yogyakarta [ID]: Pustaka Pelajar.
- Ife dan Tesoriero. (2008). *Community Development, Alternatif Pengembangan Masyarakat di Era Globalisasi*.
- Journal of the American Planning Association*. Hak cipta American Planning Association, Juli 1969 dalam Ife dan Tesoriero (2006) hal. 299.

- Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*, 9th Ed., Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, Inc.
- Lovelock dkk. (2002). *Services Marketing in Asia*.
- Manoppo CN. (2009). Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Partisipasi Wanita Tani dalam Usaha Tani Kakao [*Tesis*]. Bogor [ID]: Institut Pertanian Bogor.
- Maulana, M. Reza. (2005). “Peranan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Rekayasa Industri dalam Rangka Pengembangan Masyarakat.” *Skripsi*.
- Solomon, Michael R. (1996). *Consumer Behavior*. Prentice-Hall Internasional.
- Moh. Nazir. (1983). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Mulyadi. (2007). *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Musanto, Trisno. (2004). *Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Salemba Empat.
- Nejati, Mehran dkk. (2007). ‘Using SERVQUAL to Measure Employee Satisfaction: An Iranian Case Study’, *Proceeding of the 13th Asia Pacific Management Conference*, Melbourne, Australia, Hal. 371 – 375.
- Octaviani dan Suryana. (2006). “Analisis Kepuasan Pengunjung dan Pengembangan Fasilitas Wisata Agro”. *Skripsi*. Institut Pertanian Bogor.
- Parasuraman, et.al. (1993). *Service Qualify was The Focus of Subsequent Research Efforts*.
- Patton, Michael Quinn. (2006). *Metode Evaluasi Kualitatif* (Budi Puspo Priyadi – Terjemahan). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rahman. (2009). *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: PT Buku Kita.
- Ramadyanti. (2009). *Consumer Behavior*. Jakarta: PT Buku Kita.
- Setiawan, Rudi. (2005). “Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Kereta Api Komuter Surabaya – Sidoarjo”. Simposium VIII FSTPT. Universitas Sriwijaya, Hal.1-10.

- Sonhadji, Achmad. (1989). "Akuntansi Sosial: Peranannya dalam Mengukur Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Suatu Tinjauan Analitis." *Akuntansi*, No. 10 (Oktober).
- Sudarmanto. (2005). "Analisis *Importance Performance Analysis* dengan SPSS." Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sugiyono. (2009). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto. (2005). *Membangun Masyarakat Mmberdayakan Rakyat*. Bandung: Refika Aditama.
- Sukada. (2007). *Making Globalization Work*. Bandung: Mizan Pustaka.
- Sumaedi, S dan D. B. Napitupulu. (2010). "Analisis Kepuasan Pelanggan Berbasis IPA: Studi Kasus Peserta. Pelatihan di Sebuah Institusi Riset. *Warta Kebijakan Iptek dan Manajemen Litbang*". Vol 8 (1): 61-77.
- Sumarna Surapranata. (2005). *Analisis, Validitas, Reliabilitas, dan Interpretasi Hasil Tes*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sumarwan. (2002). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Supranto, J. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tan dan Pawitra. (2001). "Integrating SERVQUAL and Kano's Model Into QFD for Service Excellence Development".
- Teguh. (2000). "Analisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Kasus PT. Misaja Mitra)." *Skripsi*.
- Walgito. (1981). *Definisi Persepsi*. [Online]. <http://www.google.com> [27. Januari 2010]
- Wibisono. (2007). *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Wicaksono MA. (2010). Analisis Tingkat Partisipasi Warga dalam Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. [Skripsi]. Bogor [ID]: Institut Pertanian Bogor.
- Pertamina. (2012). "Majalah Profil Pertamina." Halaman 12.
- Pertamina. (2012). "Majalah Profil CSR Pertamina." *Wujud Kepedulian Sosial*. Halaman 2-14.

Lampiran1. Lembar kuesioner

Yth. Bapak/Ibu/Saudara Responden

(Penerima bantuan program CSR PT Pertamina (Persero) *Refinery* Unit IV Cilacap)

Dengan hormat,

Nama saya Dendy Jaya Putra. Saya adalah mahasiswa akuntansi fakultas ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta angkatan 2009 yang sedang melakukan penelitian untuk keperluan skripsi dengan judul “Persepsi Masyarakat terhadap Program *Corporate Social Responsibility* sebagai Bentuk Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan pada PT Pertamina (Persero) *Refinery* Unit IV Cilacap” sebagai syarat memperoleh gelar sarjana ekonomi.

Terkait dengan penelitian saya tersebut, saya mohon dengan kerendahan hati Bapak/Ibu/Saudara sekalian untuk membantu saya memberikan penilaian atas program bantuan yang diberikan PT Pertamina, baik dalam bidang pendidikan, kesehatan, lingkungan hidup, sarana umum maupun bencana alam. Jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara berikan akan kami jaga kerahasiaannya.

Atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu/Saudara mengisi angket ini, saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan Bapak/Ibu/Saudara sekalian.

Hormat saya,
Dendy Jaya Putra

KUESIONER

Persepsi Masyarakat terhadap Program *Corporate Sosial Responsibility* sebagai Bentuk Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan pada PT PERTAMINA (Persero) *Refinery* Unit IV Cilacap

A. Identitas Responden

Petunjuk pengisian:

- Isilah titik-titik kosong dengan jawaban yang sesuai.
- Berilah tanda silang (x) pada pilihan yang sesuai identitas anda.

1. Nama : _____
2. Umur : _____
3. Jenis kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan
4. Status : a. Belum menikah b. Menikah
5. Pendidikan terakhir : a. Tidak sekolah
b. Tamat SD/ sederajat
c. Tamat SMP/ sederajat
d. Tamat SMA/ sederajat
e. Perguruan Tinggi
6. Pekerjaan : _____
7. Alamat : _____
8. Bantuan yang diberikan PT Pertamina (Persero) RU IV Cilacap
 - berupa bantuan : _____
 - dalam bidang: (Lingkari salah satu)
 - a. Pendidikan
 - b. Kesehatan
 - c. Lingkungan Hidup
 - d. Bencana alam
 - e. Sarana umum
 - f. Lainnya, yaitu: _____

B. Partisipasi Masyarakat

Petunjuk pengisian:

Pernyataan-pernyataan berikut terkait dengan proses pelaksanaan program bantuan PT Pertamina (Persero) RU IV Cilacap (Tahap perencanaan, monitoring, dan evaluasi).

Berilah tanda (✖) pada kolom jawaban yang menurut Bapak/Ibu/Saudara sesuai dengan kondisi yang sebenarnya terjadi.

No	Pernyataan	Sangat setuju	Setuju	Netral	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
1.	Bapak/Ibu/Saudara mengetahui program bantuan PT Pertamina (Persero) RU IV Cilacap dari pihak yang dipercaya.					
2.	Bapak/Ibu/Saudara ikut berpartisipasi dalam kegiatan musyawarah perencanaan program bantuan dengan pihak PT Pertamina (Persero) RU IV Cilacap.					
3.	Bapak/Ibu/Saudara mengetahui adanya kegiatan musyawarah perencanaan program bantuan dengan pihak PT Pertamina (Persero) RU IV Cilacap.					
4.	Bapak/Ibu/Saudara ikut berpartisipasi dalam mengusulkan kegiatan bantuan dengan pihak PT Pertamina (Persero) RU IV Cilacap.					
5.	Bapak/Ibu/Saudara ikut berpartisipasi dalam mengikuti kegiatan bantuan PT Pertamina (Persero) RU IV Cilacap.					
6.	Bapak/Ibu/Saudara ikut berpartisipasi dalam mengevaluasi kegiatan bantuan PT Pertamina (Persero) RU IV Cilacap.					
7.	Bapak/Ibu/Saudara ikut berpartisipasi dalam tahap pelaporan kegiatan bantuan PT Pertamina (Persero) RU IV Cilacap.					
8.	Bapak/Ibu/Saudara benar-benar merasakan manfaat yang diterima dari adanya kegiatan bantuan PT Pertamina (Persero) RU IV Cilacap.					

C. Tingkat Kepuasan Masyarakat

1. Tingkat Kepentingan

Petunjuk pengisian:

Pernyataan-pernyataan berikut terkait dengan penilaian pentingnya program bantuan PT Pertamina (Persero) RU IV Cilacap.

Berilah tanda (✕) pada kolom jawaban yang menurut Bapak/Ibu/Saudara sesuai dengan kondisi yang sebenarnya terjadi.

No	Pernyataan	Sangat penting	Penting	Netral	Tidak penting	Sangat tidak penting
1.	Program bantuan PT Pertamina (persero) RU IV Cilacap yang diberikan kepada masyarakat harus dilaksanakan dengan baik oleh Pertamina.					
2.	Program bantuan PT Pertamina (persero) RU IV Cilacap yang diberikan oleh Pertamina harus dilaksanakan secara tepat waktu.					
3.	a. Program bantuan PT Pertamina (persero) RU IV Cilacap yang diberikan kepada masyarakat harus jelas perencanaannya .					
	b. Program bantuan PT Pertamina (persero) RU IV Cilacap yang diberikan kepada masyarakat harus jelas pelaksanaannya .					
	c. Program bantuan PT Pertamina (persero) RU IV Cilacap yang diberikan kepada masyarakat harus jelas monitoringnya .					
	d. Program bantuan PT Pertamina (persero) RU IV Cilacap yang diberikan kepada masyarakat harus jelas evaluasinya .					

No	Pernyataan	Sangat penting	Penting	Netral	Tidak penting	Sangat tidak penting
4.	Program bantuan PT Pertamina (persero) RU IV Cilacap harus menggunakan alat atau media yang tepat.					
5.	Pertamina harus melaksanakan program bantuan dengan ramah dan santun.					
6.	a. Pertamina harus melaksanakan program bantuan dengan komunikasi yang baik.					
	b. Pertamina harus melaksanakan program bantuan dengan bahasa yang baik.					
7.	Pertamina harus memberikan motivasi/semangat kepada masyarakat supaya program bantuan berjalan dengan baik.					
8.	Pelaksanaan program bantuan harus sesuai dengan tujuan/harapan masyarakat.					
9.	Pertamina perlu memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk memberikan masukan terhadap program bantuan yang diberikan.					
10.	Pertamina harus memberikan kepuasan yang baik bagi masyarakat.					

2. Tingkat Kinerja

Petunjuk pengisian:

Pernyataan-pernyataan berikut terkait dengan penilaian kinerja program bantuan PT Pertamina (Persero) RU IV Cilacap.

Berilah tanda (✕) pada kolom jawaban yang menurut Bapak/Ibu/Saudara sesuai dengan kondisi yang sebenarnya terjadi.

No	Pernyataan	Sangat setuju	Setuju	Netral	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
1.	Program bantuan PT Pertamina (persero) RU IV Cilacap yang diberikan kepada masyarakat telah dilaksanakan dengan baik oleh Pertamina.					
2.	Program bantuan PT Pertamina (persero) RU IV Cilacap yang diberikan oleh Pertamina telah dilaksanakan secara tepat waktu.					
3.	a. Program bantuan PT Pertamina (persero) RU IV Cilacap yang diberikan kepada masyarakat jelas perencanaannya .					
	b. Program bantuan PT Pertamina (persero) RU IV Cilacap yang diberikan kepada masyarakat jelas pelaksanaannya .					
	c. Program bantuan PT Pertamina (persero) RU IV Cilacap yang diberikan kepada masyarakat jelas monitoringnya .					
	d. Program bantuan PT Pertamina (persero) RU IV Cilacap yang diberikan kepada masyarakat jelas evaluasinya .					
4.	Program bantuan PT Pertamina (persero) RU IV Cilacap menggunakan alat atau media yang tepat.					
5.	Pertamina melaksanakan program bantuan dengan ramah dan santun.					
6.	a. Pertamina melaksanakan program bantuan dengan komunikasi yang baik.					
	b. Pertamina melaksanakan program bantuan dengan bahasa yang baik.					

No	Pernyataan	Sangat setuju	Setuju	Netral	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
7.	Pertamina memberikan motivasi/semangat kepada masyarakat supaya program bantuan berjalan dengan baik.					
8.	Pelaksanaan program bantuan sesuai dengan tujuan/harapan masyarakat.					
9.	Pertamina memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk memberikan masukan terhadap program bantuan yang diberikan.					
10.	Pertamina memberikan kepuasan yang baik bagi masyarakat.					

☞ Terimakasih atas bantuan dan kerjasama Saudara/i ☞

Lampiran 2. Pedoman wawancara

1. A. Sektor apa saja yang menjadi prioritas atau sering dilakukan perusahaan dalam menjalankan CSR? Mengapa?
- B. Berasal dari mana dana untuk melaksanakan CSR? Berapa persen dana yang dialokasikan tersebut? Apakah setiap tahunnya sama ataukah tidak? Mengapa?
2. A. Apakah penyusunan perencanaan program CSR yang dilaksanakan di Pertamina (Persero) Divisi diusulkan dari pusat, *HSE Corporate (Health Safety and Environment)* yang berada langsung di bawah Direktorat Umum dan SDM (*top-down*), atau berasal dari usulan dari bawah (*bottom-up*, dari PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap*)?
- B. Apa sajakah Program CSR PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap* yang telah dilaksanakan 2012?

No.	Bidang	Jenis Kegiatan>Nama Kegiatan	Lokasi
1.	Pendidikan		
2.	Masyarakat		
3.	Kesehatan		
4.	Lingkungan		

3. Adakah upaya monitoring yang dilakukan atas program CSR yang telah dilaksanakan oleh PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap*? Jika ada, dilakukan berapa kali dalam satu tahun? Jika tidak dilaksanakan monitoring/evaluasi, apa alasannya?
4. Kendala apa yang dijumpai dalam pelaksanaan program CSR oleh PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap*? Apakah ada bentuk komplain dari masyarakat?

Lampiran 3. Hasil wawancara

Hari/Tanggal : Selasa, 20 November 2012
 Pewawancara : Dendy Jaya Putra
 Narasumber : Suyanto

1. A. Sektor apa saja yang menjadi prioritas atau sering dilakukan perusahaan dalam menjalankan CSR? Mengapa?

Jawaban

CSR Pertamina mencakup empat inisiatif pemberdayaan, yaitu peningkatan kualitas pendidikan, pemberdayaan kesehatan, peningkatan kualitas lingkungan hidup, peningkatan infrastruktur dan pemberdayaan masyarakat serta melaksanakan suatu program khusus, yaitu Pertamina Peduli yang merupakan kepedulian perusahaan terhadap para korban bencana alam yang terjadi di tanah air. Sesuai visi CSR "Menuju Kehidupan yang Lebih Baik", program-program tersebut diselaraskan dengan tujuan pembangunan *Millenium Development Goals* (MDGs) dan mendukung komitmen Indonesia terhadap program *Reducing Emissions From Deforestation and Forest Degradation* (REDD+), yang merupakan suatu mekanisme global yang bertujuan untuk memperlambat perubahan iklim dengan memberikan kompensasi kepada negara berkembang untuk melindungi hutannya. Hal ini diprioritaskan sekaligus untuk membantu masyarakat dan pemerintah di sekitar unit operasi Pertamina dalam memecahkan permasalahan sosial dan lingkungan.

- B. Berasal dari mana dana untuk melaksanakan CSR? Berapa persen dana yang dialokasikan tersebut? Apakah setiap tahunnya sama atau kah tidak? Mengapa?

Jawaban

Dana pelaksanaan program CSR Pertamina RU IV berasal dari anggaran CSR Pusat yang dianggarkan setiap tahunnya dan diusulkan untuk mendapatkan persetujuan CEO and *President Director* PT Pertamina

(Persero). Setiap tahunnya anggaran sifatnya tidak sama karena disesuaikan dengan anggaran yang diajukan sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang diidentifikasi (termasuk seluruh unit perusahaan di seluruh Indonesia).

2. A. Apakah penyusunan perencanaan program CSR yang dilaksanakan di Pertamina (Persero) Divisi diusulkan dari pusat, *HSE Corporate (Health Safety and Environment)* yang berada langsung di bawah Direktorat Umum dan SDM (*top-down*), atau berasal dari usulan dari bawah (*bottom-up*, dari PT Pertamina (Persero) *Refinery Unit IV Cilacap*)?

Jawaban

Perencanaan suatu program CSR diusulkan *bottom-up*. Perusahaan memetakan kebutuhan masyarakat melalui *social mapping* (yang dilakukan oleh institusi resmi lain/pihak akademisi) untuk menjadi dasar pertimbangan pelaksanaan program CSR. Setelah kebutuhan-kebutuhan/masalah sosial yang ada di masyarakat teridentifikasi, rencana program diusulkan ke CSR Pusat untuk menjadi pengajuan program yang akan mendapat persetujuan CEO & *President Director* PT Pertamina (Persero). Pelaksanaan program CSR dilakukan oleh CSR *Officer* di bagian *Public Relations* di bawah pimpinan *Legal & General Affairs Manager*.

- B. Apa sajakah Program CSR PT Pertamina Unit *Refinery IV Cilacap* yang telah dilaksanakan 2012?

No.	Bidang	Jenis Kegiatan>Nama Kegiatan	Lokasi
1.	Pendidikan	<ul style="list-style-type: none"> - Bantuan Pendidikan untuk Siswa/I berprestasi Tk. SD, SMP, SMA & Perguruan Tinggi - Bantuan sarana dan prasarana untuk sekolah 	Kab. Cilacap
2.	Masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> - Pelatihan Manajemen Usaha - Pelatihan Hasil Olahan Pangan - Pelatihan Selam 	Kab. Cilacap

		<ul style="list-style-type: none"> - Pelatihan Abon Ikan - Pelatihan Las Listrik 6G - Pelatihan Teknisi Komputer - Pelatihan Olahan Jamur Tiram - Pelatihan Budidaya Kambing - Pelatihan Budidaya Kepiting (Lanjutan) 	
3.	Kesehatan	<ul style="list-style-type: none"> - Penyuluhan Kesehatan dan Pelatihan Kecakapan Hidup WPS - Bantuan Alat Kesehatan 	Slarang, Cilacap Kab. Cilacap
4.	Lingkungan	<ul style="list-style-type: none"> - Penanaman Pohon - Penanaman Mangrove 	Kab. Cilacap Kampung Laut

3. Adakah upaya monitoring yang dilakukan atas program CSR yang telah dilaksanakan? Jika ada, dilakukan berapa kali dalam satu tahun? Jika tidak dilaksanakan monitoring/evaluasi, apa alasannya?

Jawaban

Kegiatan monitoring dan evaluasi dilakukan untuk mengukur keberhasilan pelaksanaan program CSR. Apakah bantuan tersebut tepat guna? Bermanfaat? Meningkatkan taraf hidup? Atau kendala apa saja yang dihadapi masyarakat dalam pengembangan usahanya yang dibina oleh Pertamina. Mitra binaan akan memberikan laporan kemajuan usahanya per triwulan.

4. Kendala apa yang dijumpai dalam pelaksanaan program CSR? Apakah ada bentuk komplain dari masyarakat?

Jawaban

Kendala yang dihadapi perusahaan mengenai pelaksanaan program CSR biasanya terdapat pada kemauan dan kemampuan masyarakat sendiri. Biasanya kemauan masyarakat turun pada saat setengah jalan program CSR yang dijalankan. Semangat dan antusias masyarakat biasanya terletak di awal saja dan ditengah jalan kemauan maupun semangat masyarakat menurun. Untuk mengatasi hal tersebut, pihak perusahaan selalu memberikan dukungan kepada masyarakat supaya dapat sama-sama menjalankan program CSR hingga tuntas demi kepentingan bersama. Untuk complain disini sebetulnya

jarang ditemukan, melainkan lebih banyak dukungan yang diberikan oleh masyarakat terhadap awal perancangan program CSR pada perusahaan.

Lampiran 4. Kisi-kisi kuesioner

Variabel	Indikator	Nomor Pernyataan	Kode Butir
Tingkat Partisipasi	Tahap proses pengambilan keputusan tentang rencana kegiatan partisipasi		
	• Mengetahui program CSR dari pihak yang dipercaya	1	P1
	• Ikut berpartisipasi dalam musyawarah perencanaan program CSR	2	P2
	• Mengetahui adanya kegiatan musyawarah perencanaan program CSR	3	P3
	Tahap pelaksanaan kegiatan partisipasi		
	• Ikut mengusulkan kegiatan program CSR	4	P4
	• Mengikuti kegiatan program CSR	5	P5
	• Ikut dalam tahap pelaporan program CSR	7	P7
	Tahap evaluasi		
	• Ikut mengevaluasi program CSR	6	P6
Tingkat Kepuasan	Tahap menikmati hasil		
	• Merasakan manfaat program CSR	8	P8
	Aspek Kepentingan		
	• Penguasaan materi program CSR	1	U1
	• Ketepatan waktu penerimaan program CSR	2	U2
	• Sistematika program CSR (Perencanaan, Pelaksanaan, dan Monitoring)	3a, 3b, 3c, 3d	U3
	• Penggunaan metode/alat bantu pada program CSR	4	U4
	• Daya simpati dan sikap	5	U5
	• Penyampaian program CSR (Komunikasi dan Bahasa)	6a, 6b	U6

	• Pencapaian tujuan dan harapan	7	U7
	• Pemberian motivasi pada program CSR	8	U8
	• Kesempatan berpendapat	9	U9
	• Kepuasan masyarakat	10	U10
	Aspek Kinerja		
	• Penguasaan materi program CSR	1	K1
	• Ketepatan waktu penerimaan program CSR	2	K2
	• Sistematika program CSR (Perencanaan, Pelaksanaan, dan Monitoring)	3a, 3b, 3c, 3d	K3
	• Penggunaan metode/alat bantu pada program CSR	4	K4
	• Daya simpati dan sikap	5	K5
	• Penyampaian program CSR (Komunikasi dan Bahasa)	6a, 6b	K6
	• Pencapaian tujuan dan harapan	7	K7
	• Pemberian motivasi pada program CSR	8	K8
	• Kesempatan berpendapat	9	K9
	• Kepuasan masyarakat	10	K10

Lampiran 5. Kisi-kisi wawancara

Indikator	Nomor Butir
Perencanaan <i>Corporate Social Responsibility</i>	2A
Pembiayaan <i>Corporate Social Responsibility</i>	1B
Bidang pelaksanaan <i>Corporate Social Responsibility</i>	1A
Pelaksanaan <i>Corporate Social Responsibility</i>	2B
Monitoring dan evaluasi <i>Corporate Social Responsibility</i>	3
Kendala pelaksanaan <i>Corporate Social Responsibility</i>	4

Lampiran 6. Sertifikat Pertamina

 PERTAMINA	
SURAT KETERANGAN No. 020 /K13030/2013-S8	
Yang bertanda tangan di bawah ini, HR Area Manager PT PERTAMINA (PERSERO) RU IV Cilacap menerangkan bahwa mahasiswa dengan data sebagai berikut :	
Nama	: Dendy Jaya Putra
Nrp/Nim	: 09412144017
Jurusan / Program Studi	: Akuntansi
Universitas	: Universitas Negeri Yogyakarta
Telah melaksanakan Kerja Praktek pada tanggal 1 November s.d. 31 Desember 2012, dan menyusun Laporan dengan judul :	
"PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI BENTUK PERTANGGUNGJAWABAN SOSIAL PERUSAHAAN PADA PT PERTAMINA (PERSERO) REFINERY UNIT IV CILACAP"	
Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.	
Cilacap, 11 Januari 2013 PT Pertamina (Persero) RU IV Cilacap Pjs HR Area Manager,  Dendy Agus Sundoro	